

Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117268144>

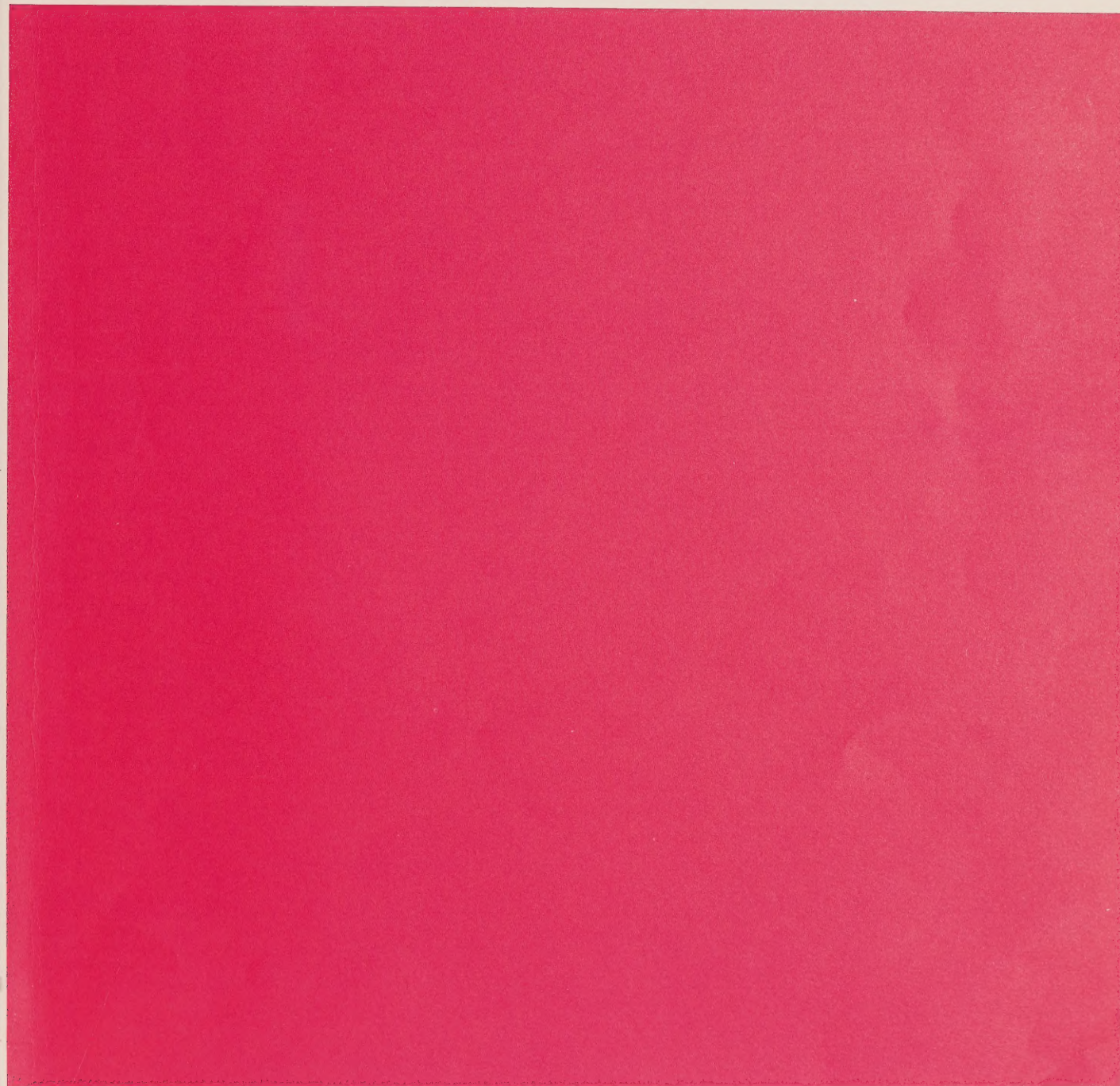
Department store sales and stocks

January 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913

Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.) Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

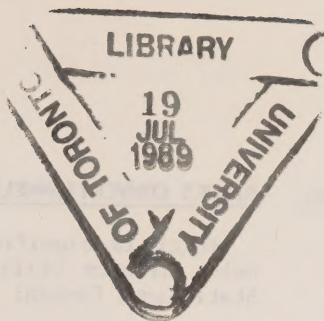
On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section



Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

January 1986

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

April 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Avril 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1984-1986	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
Highlights	xiii

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1984-1986	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
Points saillants	xiii

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	8

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page		Page
Table		Tableau	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	10	7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	10	8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	12	9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	12	10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	14	11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	14	12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	16	13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	16	14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	18	15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	19	16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986	22

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1985 and 1986	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1985 and 1986	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1984-1986	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985 and 1986	34
Appendix	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Constant Dollar Estimates	49
Number of Shopping Days	50
V. Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	51
VI. List of Department Store Organizations	53
Department Store Commodity Reference List	54
Selected Publications	

TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985 et 1986	34
Appendice	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Estimations en dollar constants	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Confidentialité des données	51
Notes explicatives	51
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
Répertoire des marchandises des grands magasins	54
Choix de publications	

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments"; however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if the department is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. (Le recensement mesure également les activités des "établissements"; toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

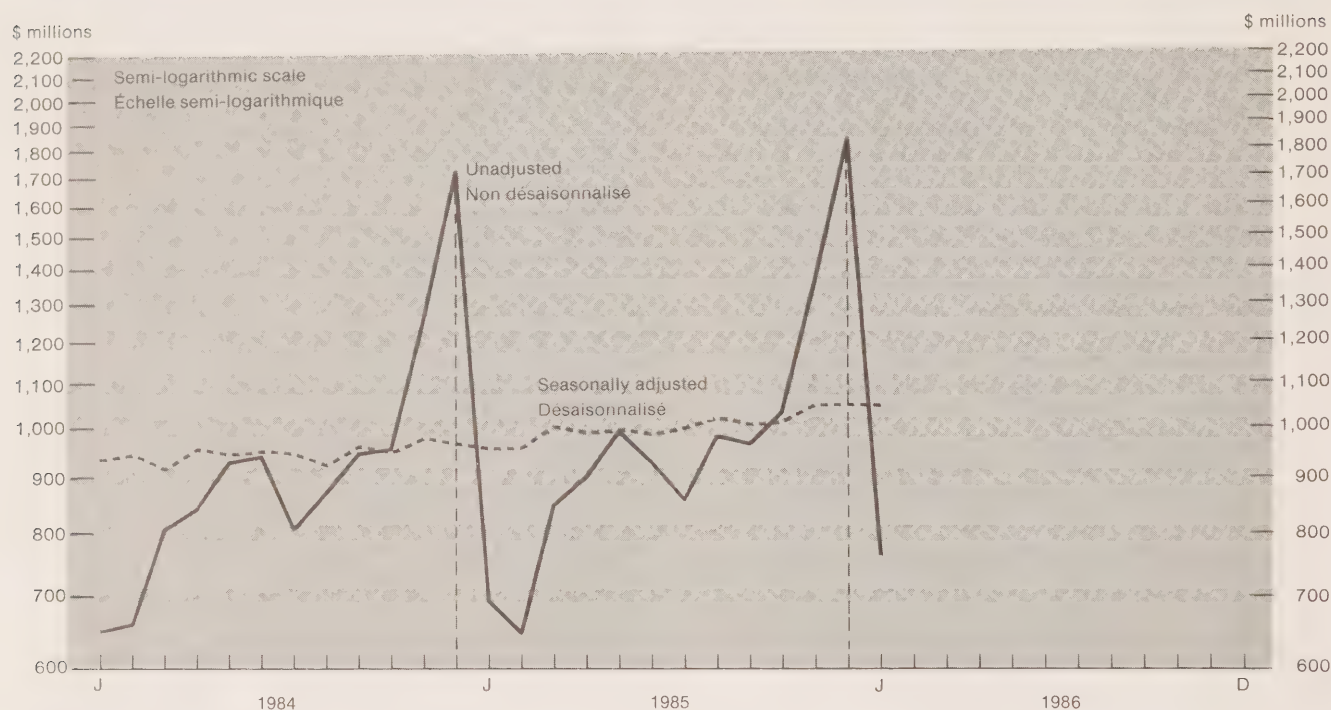
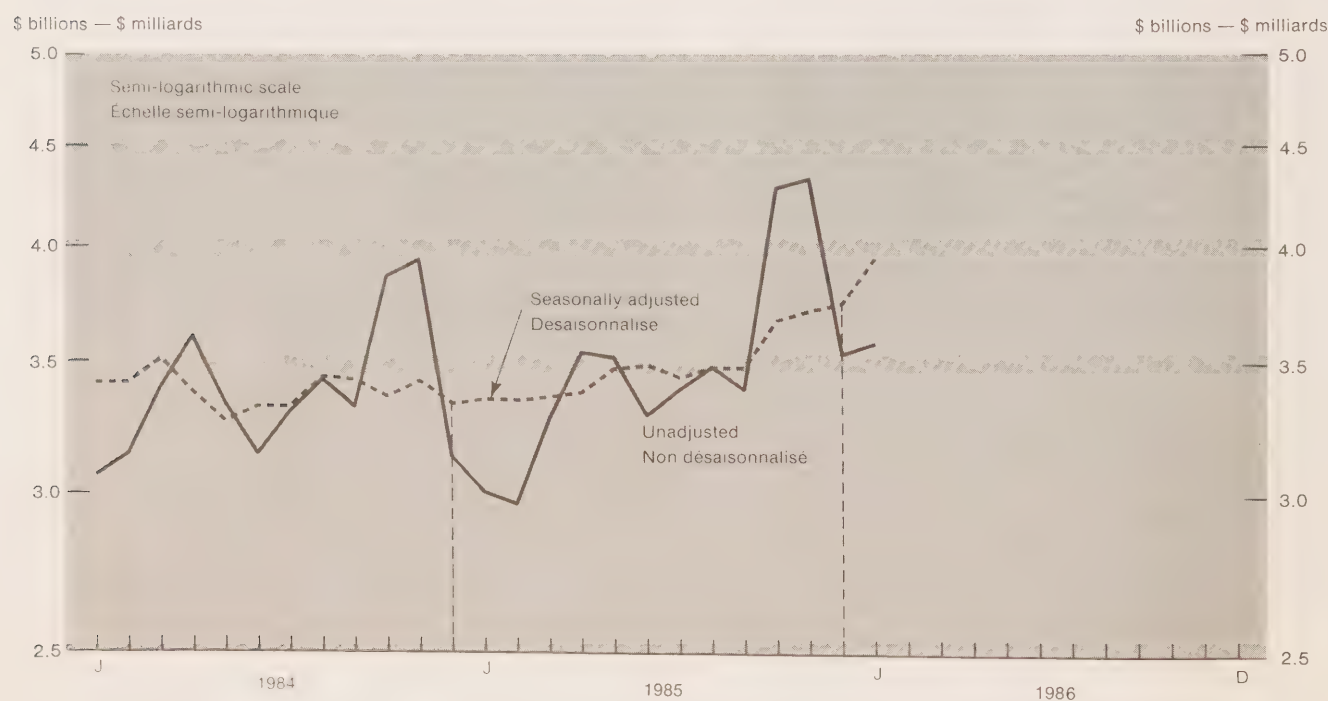


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986



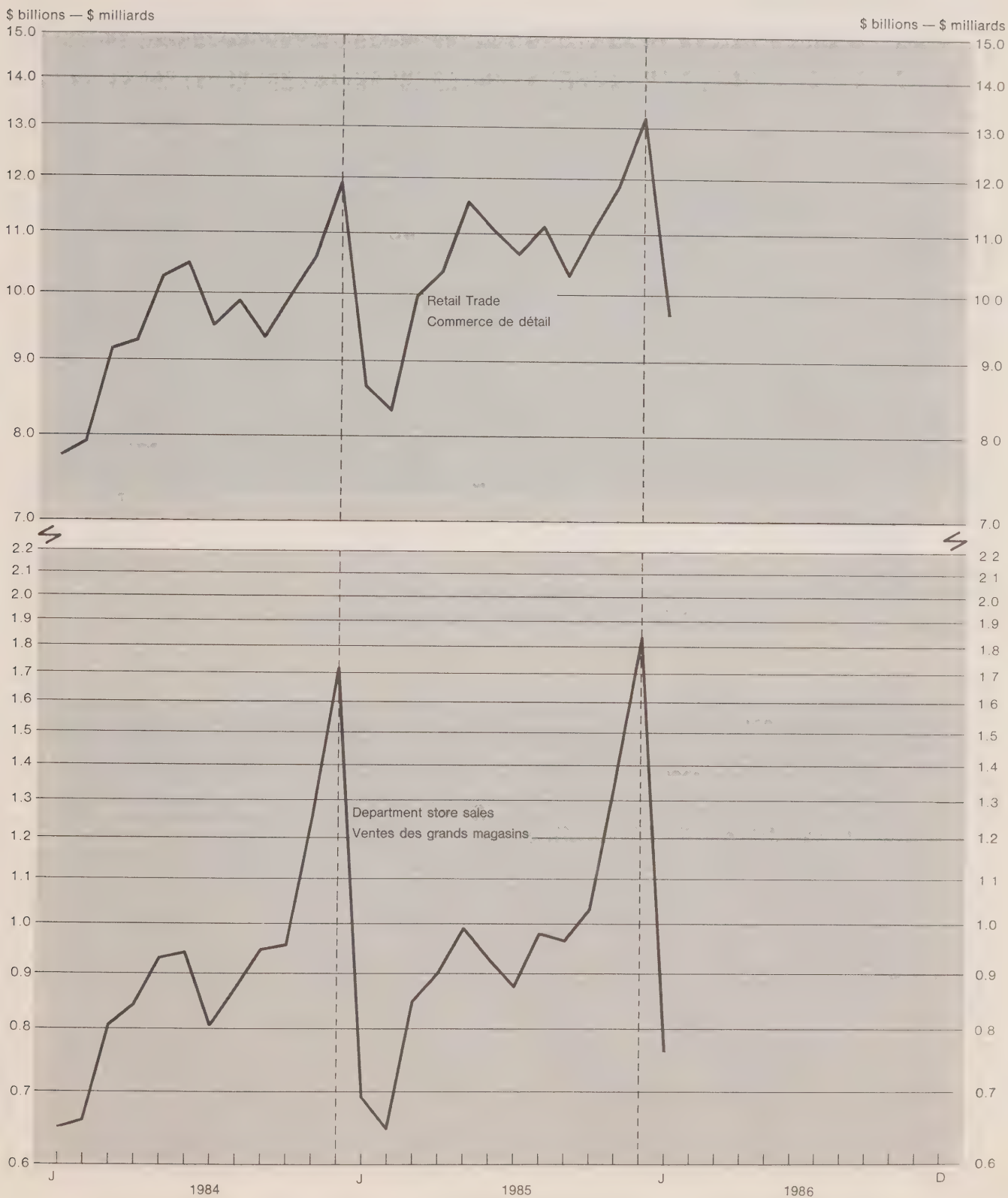


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1984-1986

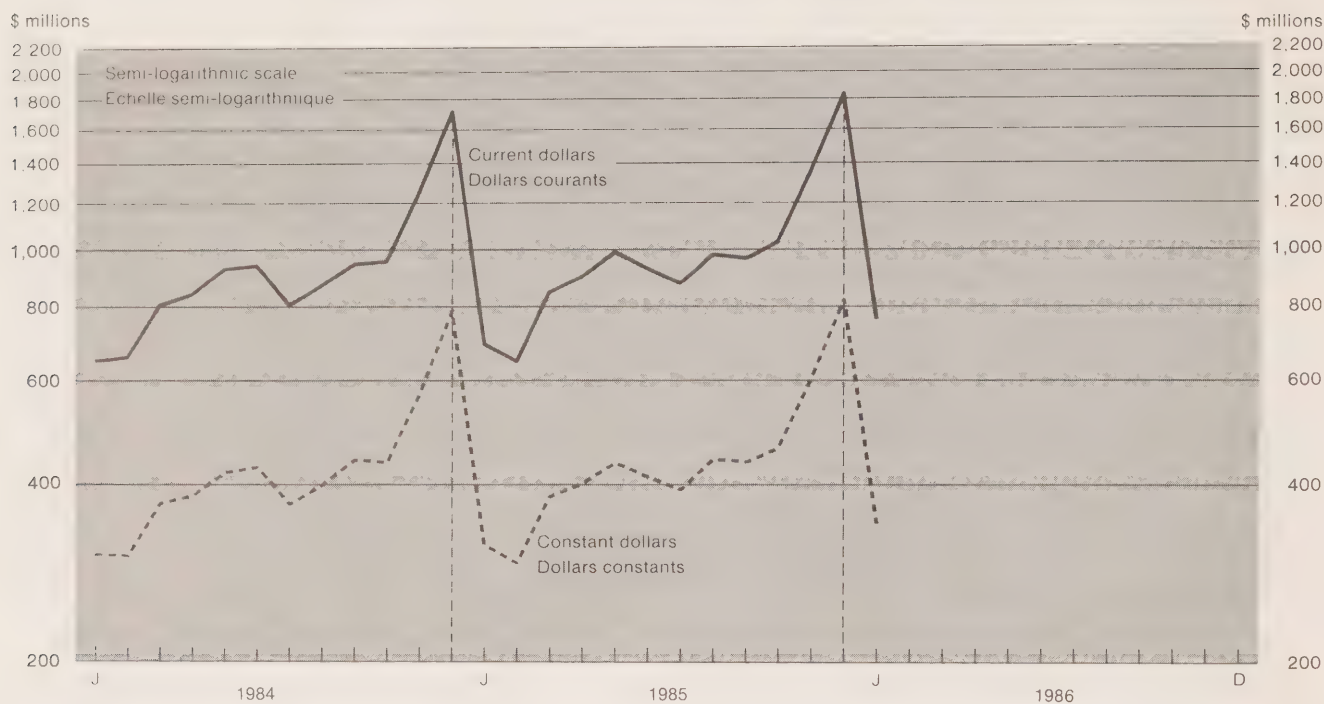
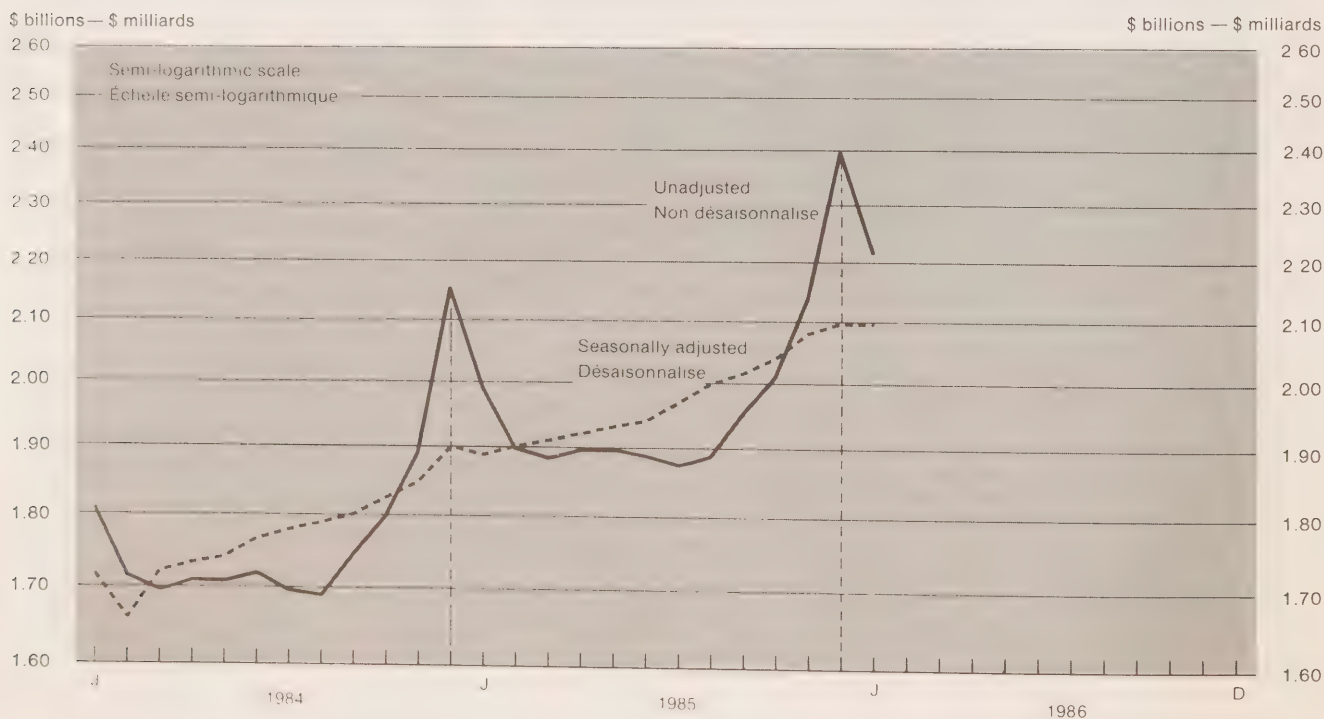


Chart — 5

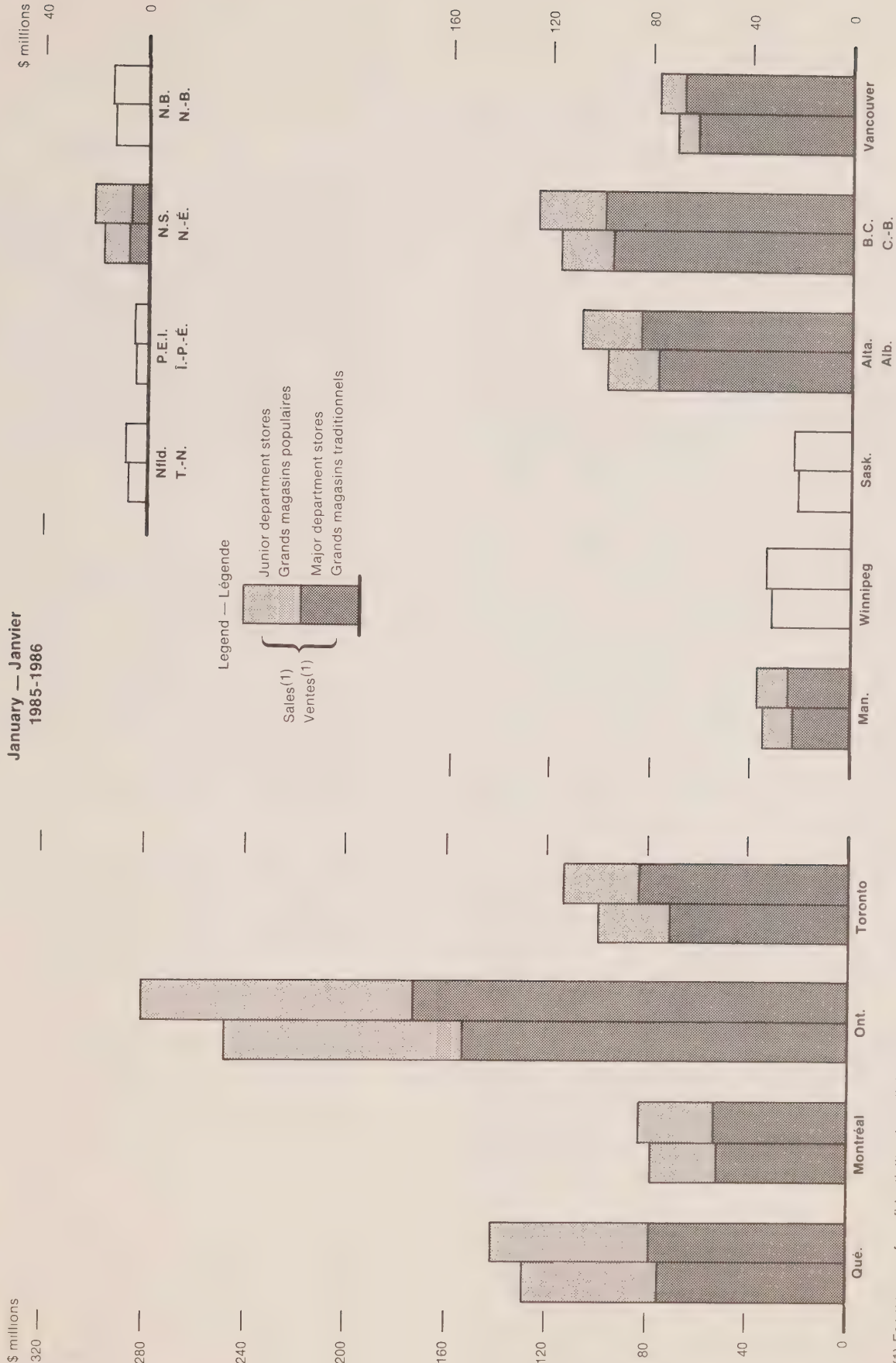
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in January 1986, decreased by 0.3% to \$1,044.2 million from the revised December 1985 level of \$1,047.4 million. Among the 22 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in china and glassware (+12.3%), piece goods (+11.7%) and women's, misses' and children's footwear (+10.9%). The largest decreases were registered by millinery (-29.6%), furs (-28.4%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (-19.2%).

Unadjusted Sales

- o Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$762.7 million in January 1986, up 10.2% from the January 1985 level. Sales were higher in 30 of the 40 departments for which information is compiled, with the largest increases reported in floor coverings (+50.3%), china and glassware (+38.4%) and women's and misses' sportswear (+24.8%). The most notable decreases were recorded for millinery (-36.4%), smallwares and notions (-16.1%) and sporting goods and luggage (-8.1%).
- o All provinces posted gains in January 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 12.7% in Ontario to 5.1% in Saskatchewan. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 13.9% in Toronto to 4.4% in Hamilton.
- o Sales by major department stores in January 1986 reached \$488.8 million, up 7.7% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$273.9 million, up 14.9% over the same period last year.
- o In January 1986, there were 800 retail locations operated by department store organizations, one less than in December 1985 and six more than in January 1985. Of this total number, 318 locations were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 0.3% en janvier 1986 en regard du mois de décembre 1985 (\$1,047.4 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,044.2 millions. Des 22 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de porcelaine et verrerie (+12.3%), de tissus à la pièce (+11.7%) et de chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (+10.9%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de chapeaux (-29.6%), de fourrures (-28.4%) et de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (-19.2%).

Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$762.7 millions en janvier 1986, soit 10.2% de plus qu'en janvier 1985. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 30 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de revêtements de plancher (+50.3%), de porcelaine et verrerie (+38.4%) et de vêtements sports pour dames et jeunes filles (+24.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de chapeaux (-36.4%), de menus articles (-16.1%) et d'articles de sport et valises (-8.1%).
- o Les ventes des grands magasins ont progressé dans toutes les provinces, en janvier 1986 comparativement au même mois l'an dernier, les gains s'échelonnant de 12.7% en Ontario à 5.1% en Saskatchewan. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 13.9% à Toronto à 4.4% à Hamilton.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en janvier 1986, se sont chiffrées à \$488.8 millions, soit une hausse de 7.7% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$273.9 millions, ce qui représente un gain de 14.9% en regard du mois de janvier de l'année dernière.
- o En janvier 1986, on a dénombré un total de 800 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit un de moins qu'en décembre 1985 et six de plus qu'en janvier 1985. De ce total, 318 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les sociétés de grands magasins populaires.

- o In January 1986, total department store sales constituted 7.9% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 8.0% share held in January 1985.

Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in January 1986 was \$3,580.3 million, up 18.9% from January 1985. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,950.7 million, up 5.4% from the December 1985 revised value of \$3,748.3 million.

Accounts Receivable

- o The total value of accounts receivable of all department store organizations in January 1986 amounted to \$2,215.7 million, down 7.5% from the \$2,396.6 million recorded in December 1985.

- o En janvier 1986, les ventes totales des grands magasins ont représenté 7.9% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, un léger recul par rapport à la part de 8.0% détenue en janvier 1985.

Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en janvier 1986, a haussé de 18.9% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,580.3 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connue une hausse de 5.4% par rapport au mois précédent (\$3,748.3 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,950.7 millions.

Comptes à recevoir

- o En janvier 1986, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,215.7 millions, soit 7.5% de moins que la valeur enregistrée en décembre 1985 (\$2,396.6 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	1986	1985					
	January	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	10,015	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332
2 Women's and misses' coats and suits	14,569	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916
3 Women's and misses' sportswear	41,374	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577
4 Furs	5,029	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	21,066	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528
6 Girls' and teenage girls' wear	9,990	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813
7 Lingerie and women's sleepwear	12,677	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948
8 Intimate apparel	10,130	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902
9 Millinery	992	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149
10 Women's and girls' hosiery	8,951	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	11,069	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197
12 Women's, misses' and children's footwear	17,209	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583
13 Men's clothing	24,717	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374
14 Men's furnishings	30,622	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685
15 Boys' clothing and furnishings	8,608	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846
16 Men's and boys' footwear	10,548	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244
17 Food and kindred products	56,102	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109
18 Toiletries, cosmetics and drugs	48,014	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749
19 Photographic equipment and supplies	9,016	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073
20 Piece goods	2,785	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203
21 Linens and domestics	32,550	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945
22 Smallwares and notions	7,776	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084
23 China and glassware	9,976	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494
24 Floor coverings	13,306	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748
25 Draperies, curtains and furniture coverings	11,523	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,913	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341
27 Furniture	50,780	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180
28 Major appliances	47,145	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854
29 Television, radio and music	38,912	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174
30 Housewares and small electrical appliances	28,198	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,677	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646
32 Plumbing, heating and building materials	7,736	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014
33 Jewellery	13,087	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432
34 Toys and games	12,194	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636
35 Sporting goods and luggage	17,337	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851
36 Stationery, books and magazines	23,743	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,057	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181
38 Meals and lunches	18,823	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882
39 Repairs and services	11,737	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859
40 All other departments	24,757	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	762,710	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985	Rayon	No
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,248	17,824	16,777	18,250	21,852	25,551	+12.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,073	16,211	21,679	27,951	33,973	22,976	+10.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
52,421	60,921	69,204	67,606	71,429	89,466	+24.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,197	2,445	3,942	5,992	9,389	10,880	-1.9	Fourrures	4
21,846	28,488	25,895	28,833	31,969	39,934	+14.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
13,676	30,126	17,091	16,734	24,947	27,170	+13.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,156	16,108	16,609	18,673	29,003	49,659	+7.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,454	11,992	12,696	11,112	11,891	15,657	+11.6	Sous-vêtements	8
1,193	1,573	2,107	2,790	3,704	4,364	-36.4	Chapeaux	9
7,170	8,903	12,148	12,033	13,686	18,182	+4.6	Bas pour dames et fillettes	10
10,788	12,966	17,429	20,417	33,118	45,546	+8.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
21,099	26,123	30,827	31,191	40,738	31,977	+11.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
29,627	36,896	42,783	43,621	67,416	85,918	+5.5	Vêtements pour hommes	13
41,988	42,831	47,670	47,483	80,078	132,291	+16.4	Articles d'habillement pour hommes	14
10,903	24,794	12,921	14,279	19,517	26,835	+11.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,187	16,557	18,272	17,478	25,649	26,822	-1.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,102	62,110	52,306	58,969	77,525	87,941	+8.1	Produits alimentaires et connexes	17
49,399	53,736	49,539	57,967	75,921	139,384	+8.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,362	13,960	10,316	10,995	14,520	28,086	+3.7	Appareils et fournitures photographiques	19
3,124	3,711	3,892	4,229	4,493	2,872	-0.9	Tissus à la pièce	20
31,758	34,275	33,504	32,613	39,131	53,221	+3.7	Literie et linge de maison	21
7,350	7,574	10,412	9,152	10,354	12,752	-16.1	Menus articles	22
10,455	10,324	12,470	10,619	20,486	38,831	+38.4	Porcelaine et verrerie	23
14,385	13,693	14,288	17,025	20,583	14,322	+50.3	Revêtements de plancher	24
16,232	15,231	15,132	16,703	17,708	17,968	+16.3	Tentures, rideaux et housses	25
7,392	8,030	8,085	9,068	12,522	18,892	+24.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
54,593	45,912	50,179	57,885	54,742	49,262	+18.9	Meubles	27
52,979	48,418	49,799	55,077	60,095	63,094	+18.1	Gros appareils ménagers	28
33,653	47,884	49,269	45,060	56,012	88,001	+18.5	Téléviseurs, radios et musique	29
32,496	36,452	33,206	36,680	51,055	84,795	+10.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
35,819	30,762	26,269	31,745	38,815	50,695	+3.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,537	9,288	9,065	10,722	11,279	12,436	+12.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
18,371	19,805	22,442	20,799	36,584	78,397	+20.9	Bijouterie	33
20,216	21,322	19,491	30,774	63,602	92,319	-2.8	Jouets et jeux	34
29,996	25,082	21,371	20,852	29,216	49,620	-8.1	Articles de sport et valises	35
22,763	35,805	33,336	23,784	44,462	72,537	+7.3	Papeterie, livres et revues	36
14,155	13,427	13,427	19,842	25,177	21,253	-7.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,359	22,246	20,563	22,738	26,313	33,312	-2.8	Repas et casse-croûtes	38
11,141	11,305	11,047	13,415	16,564	15,188	+7.7	Services et travaux de réparation	39
33,991	34,835	27,385	31,097	34,659	57,012	-0.2	Tous autres rayons	40
875,654	979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,835,418	+10.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986	1985					
		JanuaryP	January	February	March	April	May	June
		JanvierP	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	18,455	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836
2	Women's and misses' coats and suits	18,530	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133
3	Women's and misses' sportswear	67,364	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997
4	Furs	3,304	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	27,640	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026
6	Girls' and teenage girls' wear	19,431	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676
7	Lingerie and women's sleepwear	21,025	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111
8	Intimate apparel	12,367	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270
9	Millinery	1,280	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936
10	Women's and girls' hosiery	11,075	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	18,735	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021
12	Women's, misses' and children's footwear	28,493	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683
13	Men's clothing	42,322	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742
14	Men's furnishings	55,076	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201
15	Boys' clothing and furnishings	15,040	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927
16	Men's and boys' footwear	17,380	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890
17	Food and kindred products	64,014	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285
18	Toiletries, cosmetics and drugs	62,037	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087
19	Photographic equipment and supplies	12,721	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818
20	Piece goods	3,357	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670
21	Linens and domestics	31,147	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175
22	Smallwares and notions	7,497	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295
23	China and glassware	16,564	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687
24	Floor coverings	16,059	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171
25	Draperies, curtains and furniture coverings	15,966	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,114	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341
27	Furniture	53,444	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870
28	Major appliances	52,031	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742
29	Television, radio and music	45,100	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366
30	Housewares and small electrical appliances	39,344	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	31,860	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102
32	Plumbing, heating and building materials	10,216	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369
33	Jewellery	27,169	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294
34	Toys and games	29,341	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909
35	Sporting goods and luggage	25,078	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201
36	Stationery, books and magazines	32,635	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	13,887	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932
38	Meals and lunches	21,289	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250
39	Repairs and services	12,951	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396
40	All other departments	33,858	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,044,195	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change January/December 1986/1985	Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December [†]	Variation janvier/décembre 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre [†]			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
18,297	17,486	17,705	18,554	19,812	18,664	-1.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,572	15,698	18,252	17,208	19,517	17,051	+8.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,950	60,880	59,512	64,150	61,792	63,597	+5.9	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
3,204	4,055	4,289	3,725	3,908	4,613	-28.4	Fourrures	4
25,460	25,366	25,267	25,859	26,735	26,657	+3.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,361	18,810	16,579	18,079	19,319	18,917	+2.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
22,152	19,918	18,924	19,544	19,986	20,799	+1.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,907	11,917	12,133	11,893	11,576	11,708	+5.6	Sous-vêtements	8
1,996	2,458	2,269	2,049	1,752	1,818	-29.6	Chapeaux	9
11,083	10,974	10,676	10,774	11,246	11,377	-2.7	Bas pour dames et fillettes	10
17,176	17,287	17,510	18,614	19,901	19,019	-1.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
27,859	25,971	25,695	26,056	29,385	25,681	+10.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,490	43,572	41,605	42,019	43,860	43,498	-2.7	Vêtements pour hommes	13
53,903	54,171	52,803	52,486	54,028	54,008	+2.0	Articles d'habillement pour hommes	14
14,569	15,731	13,992	14,834	15,246	15,186	-1.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,471	17,654	17,510	17,302	18,267	17,704	-1.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
59,093	60,827	61,387	61,128	62,224	63,616	+0.6	Produits alimentaires et connexes	17
58,637	59,612	59,091	60,876	62,526	63,148	-1.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,615	12,959	11,819	12,270	12,068	12,553	+1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
3,733	3,595	3,582	3,517	3,495	3,006	+11.7	Tissus à la pièce	20
30,209	32,806	31,211	32,497	34,401	33,955	-8.3	Literie et linge de maison	21
8,872	8,843	8,761	8,110	8,457	8,524	-12.0	Menus articles	22
13,000	13,225	14,158	11,954	13,880	14,746	+12.3	Porcelaine et verrerie	23
13,463	14,090	14,092	13,997	15,860	14,842	+8.2	Revêtements de plancher	24
15,008	15,198	15,152	15,306	14,985	15,654	+2.0	Tentures, rideaux et housses	25
8,434	8,852	8,668	8,836	8,537	8,630	+5.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,152	47,090	51,117	52,833	51,833	51,774	+3.2	Meubles	27
45,972	47,577	48,378	49,494	52,515	54,094	-3.8	Gros appareils ménagers	28
40,406	51,221	43,744	42,577	42,651	44,254	+1.9	Téléviseurs, radios et musique	29
36,005	38,634	37,578	36,956	38,920	39,167	+0.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
35,345	32,938	32,288	31,273	35,696	39,446	-19.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,771	9,349	9,856	9,651	10,381	10,753	-5.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,492	24,772	24,610	25,065	26,810	27,080	+0.3	Bijouterie	33
31,140	32,291	30,864	29,408	28,731	28,026	+4.7	Jouets et jeux	34
26,282	26,641	27,003	27,499	27,755	27,202	-7.8	Articles de sport et valises	35
29,876	32,471	32,304	29,527	32,173	31,720	+2.9	Papeterie, livres et revues	36
14,715	13,799	16,215	16,224	18,738	15,678	-11.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,770	22,178	22,224	22,518	22,478	22,585	-5.7	Repas et casse-croûtes	38
12,561	12,366	12,198	12,285	12,217	12,233	+5.9	Services et travaux de réparation	39
36,365	36,764	33,803	33,730	33,245	34,397	-1.6	Tous autres rayons	40
998,366	1,020,045	1,004,821	1,010,676	1,046,907	1,047,381	-0.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

Province	1986	1985					
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	7,739	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545
2 Prince Edward Island	4,414	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837
3 Nova Scotia	20,687	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991
4 New Brunswick	14,027	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529
5 Quebec	141,451	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088
6 Ontario	280,271	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864
7 Manitoba	37,075	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723
8 Saskatchewan	23,265	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559
9 Alberta	108,661	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766
10 British Columbia	125,123	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	762,710	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986	1985					
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	42,103	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784
2 Edmonton	48,515	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206
3 Halifax-Dartmouth	11,946	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965
4 Hamilton	20,349	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478
5 Montréal	83,089	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375
6 Ottawa-Hull	33,498	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575
7 Quebec City	19,863	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955
8 Toronto	113,364	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949
9 Vancouver	76,486	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774
10 Winnipeg	33,823	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985	Province	Nº
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,794	12,654	11,290	13,196	17,763	24,101	+11.3	Terre-Neuve	1
6,595	6,559	5,012	6,301	7,623	10,898	+8.3	Île-du-Prince-Édouard	2
28,983	32,191	29,139	33,547	47,747	63,291	+11.0	Nouvelle-Écosse	3
18,852	21,391	19,570	21,996	31,639	41,353	+5.7	Nouveau-Brunswick	4
164,993	190,292	179,505	200,483	246,196	331,003	+8.4	Québec	5
322,440	357,963	350,990	387,148	532,619	713,092	+12.7	Ontario	6
45,315	50,957	50,634	50,329	66,545	89,379	+7.7	Manitoba	7
28,281	31,460	30,531	30,529	43,466	56,369	+5.1	Saskatchewan	8
115,381	129,117	134,799	135,332	173,073	234,218	+11.0	Alberta	9
134,021	147,360	153,372	153,392	193,506	271,713	+8.2	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
875,654	979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,835,418	+10.2	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	Nº
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
44,364	49,407	52,048	52,006	66,852	90,368	+11.7	Calgary	1
51,338	58,667	60,521	60,647	77,616	104,187	+9.9	Edmonton	2
16,045	17,632	16,888	19,767	28,243	34,926	+7.3	Halifax-Dartmouth	3
23,652	23,643	26,562	28,036	38,565	56,971	+4.4	Hamilton	4
93,809	112,176	108,016	119,668	147,293	199,524	+5.4	Montréal	5
38,505	42,826	42,893	45,364	62,052	80,619	+9.3	Ottawa-Hull	6
24,004	25,914	25,481	27,125	33,229	41,609	+7.8	Ville de Québec	7
124,716	141,675	146,586	159,329	219,175	290,645	+13.9	Toronto	8
77,798	84,663	93,003	91,465	116,116	160,927	+8.9	Vancouver	9
41,069	45,816	45,929	45,427	60,143	80,027	+7.9	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,325	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	78,546	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397
6	Ontario	172,555	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764
7	Manitoba	24,928	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	83,672	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065
10	British Columbia	99,479	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	488,805	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	33,796	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846
2	Edmonton	38,254	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,657	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292
5	Montréal	53,097	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021
6	Ottawa-Hull	21,293	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	83,207	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228
9	Vancouver	67,141	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985		
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			N°
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
9,723	10,414	10,693	11,856	17,170	20,974	-0.4	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
91,020	105,825	105,573	116,977	149,089	184,733	+3.4	Québec	5
190,466	209,078	222,536	236,110	330,539	426,447	+12.3	Ontario	6
28,534	31,337	35,158	32,074	44,075	57,022	+6.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
83,289	92,665	101,277	100,170	129,972	173,191	+9.4	Alberta	9
102,606	111,154	120,883	117,901	150,019	207,433	+4.5	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
532,232	588,786	626,857	645,607	864,651	1,125,187	+7.7	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985		No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars - milliers de dollars								
33,254	37,123	40,637	39,969	52,838	71,199	+12.5	Calgary	1
37,973	43,262	46,285	45,942	59,749	78,666	+8.7	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
17,339	16,371	20,050	20,204	28,026	40,840	-1.4	Hamilton	4
59,876	73,296	73,677	81,179	104,072	129,390	+2.2	Montréal	5
23,847	25,790	27,610	28,242	39,195	48,845	+7.8	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
88,056	101,788	110,797	116,992	162,773	209,973	+14.9	Toronto	8
66,687	72,460	81,316	78,719	100,456	138,020	+8.2	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	13,362	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	62,905	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691
6	Ontario	107,716	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100
7	Manitoba	12,147	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	24,988	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701
10	British Columbia	25,644	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	273,906	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	8,307	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938
2	Edmonton	10,261	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	5,692	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186
5	Montréal	29,991	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354
6	Ottawa-Hull	12,206	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	30,157	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721
9	Vancouver	9,345	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985						Change January 1986/1985		
July	August	September	October	November	December	Variation janvier 1986/1985	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			N°
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
19,260	21,777	18,446	21,691	30,577	42,317	+18.5	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,973	84,468	73,933	83,507	97,107	146,269	+15.5	Québec	5
131,974	148,885	128,454	151,038	202,080	286,645	+13.5	Ontario	6
16,781	19,620	15,476	18,255	22,470	32,357	+10.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
32,091	36,453	33,523	35,162	43,101	61,027	+16.6	Alberta	9
31,415	36,206	32,489	35,491	43,487	64,280	+25.1	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
343,422	391,160	337,985	386,646	495,526	710,230	+14.9	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	34	33	33	33	34	34
4 New Brunswick	26	27	27	27	27	27
5 Quebec	163	163	163	163	163	163
6 Ontario	305	297	297	297	297	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	31	32	32	32	32	32
9 Alberta	81	81	81	81	81	81
10 British Columbia	101	102	101	101	101	102
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	800	794(1)	793	793	794	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Calgary	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	34	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	15	14	14	14	14	15
4 Hamilton	25	24	24	24	24	25
5 Montréal	75	76	76	76	76	76
6 Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7 Quebec City	22	22	22	22	22	22
8 Toronto	95	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	42
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985								
Juin	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								N ^o
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	34	34	34	Nouvelle-Écosse	3
27	26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
163	162	163	163	163	163	163	Québec	5
297	298	301	304	304	305	305	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
81	80	80	81	81	81	81	Alberta	9
102	101	101	101	101	101	101	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
795	792	796	800	800	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province No.	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
	number - nombre					
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	54	55	55	55	55	54
6 Ontario	116	109	109	109	109	109
7 Manitoba	17	18	18	18	18	17
8 Saskatchewan	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	45	46	46	46	46	45
10 British Columbia	52	60	59	59	59	53
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	318	323	322	322	322	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas No.	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
	number - nombre					
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montréal	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	46	40	40	40	40	40
9 Vancouver	27	26	26	26	26	27
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o	
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	54	54	54	Québec	5
109	110	113	116	116	116	116	Ontario	6
17	17	17	17	17	17	17	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
45	44	44	45	45	45	45	Alberta	9
53	52	52	52	52	52	52	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
313	312	315	319	319	319	319	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	27	26	26	26	27	27
4 New Brunswick	22	23	23	23	23	23
5 Quebec	109	108	108	108	108	109
6 Ontario	189	188	188	188	188	188
7 Manitoba	21	20	20	20	20	21
8 Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9 Alberta	36	35	35	35	35	36
10 British Columbia	49	42	42	42	42	49
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	482	471	471	471	472	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986	1985				
	January	January	February	March	April	May
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Calgary	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	15	15	15	15	15
3 Halifax-Dartmouth	9	8	8	8	8	9
4 Hamilton	11	10	10	10	10	11
5 Montréal	45	46	46	46	46	46
6 Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7 Quebec City	14	14	14	14	14	14
8 Toronto	49	48	48	48	48	48
9 Vancouver	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								N ^o
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	27	27	27	27	27	Nouvelle-Écosse	3
23	22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
109	108	109	109	109	109	109	Québec	5
188	188	188	188	188	189	189	Ontario	6
21	21	21	21	21	21	21	Manitoba	7
17	17	17	17	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	36	36	36	36	36	Alberta	9
49	49	49	49	49	49	49	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
482	480	481	481	481	482	482	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles			
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes			
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel - Sous-vêtements			
9	Millinery - Chapeaux			
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes			
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons			
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques			
20	Piece goods - Tissus à la pièce			
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison			
22	Smallwares and notions - Menus articles			
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24	Floor coverings - Revêtements de plancher			
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27	Furniture - Meubles			
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique			
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33	Jewellery - Bijouterie			
34	Toys and games - Jouets et jeux			
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40	All other departments - Tous autres rayons			
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

Cumulative figures will appear here in
subsequent issues.Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les
numéros ultérieurs.

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986

Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

CANADA

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
Certaines zones métropolitaines			
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage

Calgary
Edmonton
Halifax-Dartmouth
Hamilton
Montréal
Ottawa-Hull
Quebec City - Ville de Québec
Toronto
Vancouver
Winnipeg

Cumulative figures will appear here in
subsequent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les
numéros ultérieurs.

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues. Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

CANADA

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
Certaines zones métropolitaines	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues. Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.

CANADA

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,032,253	100.0	645,607	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,360,177	100.0	864,651	63.6	495,526	36.4
December - Décembre	1,835,418	100.0	1,125,187	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,056,726	100.0	7,484,334	62.1	4,572,393	37.9
1986:						
January - Janvier	762,710	100.0	488,805	64.1	273,906	35.9
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986

January

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986

Janvier

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	4.7	4.9	4.9	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11.7	11.6	11.9	+2.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.4	6.2	6.2	-
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.4	5.9	-7.8
Québec	6.3	6.1	6.0	-1.6
Ontario	7.9	7.6	7.7	+1.3
Manitoba	10.9	10.1	9.6	-5.0
Saskatchewan	7.0	6.5	6.5	-
Alberta	11.6	10.8	10.1	-6.5
British Columbia - Colombie-Britannique	12.3	12.0	11.5	-4.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	8.5
CANADA	8.4	8.0	7.9	-1.3
Montréal	7.9	7.6	7.4	-2.6
Toronto	8.3	8.1	8.2	+1.2
Winnipeg	14.8	13.7	13.1	-4.4
Vancouver	14.1	14.1	13.6	-3.5

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	1986	1985						
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	51,942	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035
2 Women's and misses' coats and suits	71,203	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654
3 Women's and misses' sportswear	217,708	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696
4 Furs	31,554	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	85,034	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305
6 Girls' and teenage girls' wear	50,119	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292
7 Lingerie and women's sleepwear	53,321	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570
8 Intimate apparel	52,065	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524
9 Millinery	2,773	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267
10 Women's and girls' hosiery	42,819	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	65,553	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969
12 Women's, misses' and children's footwear	117,339	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552
13 Men's clothing	141,312	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514
14 Men's furnishings	169,323	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076
15 Boys' clothing and furnishings	48,787	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408
16 Men's and boys' footwear	81,976	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535
17 Food and kindred products	44,211	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18 Toiletries, cosmetics and drugs	317,203	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390
19 Photographic equipment and supplies	50,218	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599
20 Piece goods	13,456	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758
21 Linens and domestics	158,059	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044
22 Smallwares and notions	43,249	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143
23 China and glassware	87,640	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449
24 Floor coverings	69,890	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258
25 Draperies, curtains and furniture coverings	73,694	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	58,910	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352
27 Furniture	166,344	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706
28 Major appliances	73,897	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632
29 Television, radio and music	146,689	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625
30 Housewares and small electrical appliances	177,446	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	148,121	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250
32 Plumbing, heating and building materials	30,196	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458
33 Jewellery	156,301	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481
34 Toys and games	113,780	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356
35 Sporting goods and luggage	113,804	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961
36 Stationery, books and magazines	137,012	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	57,211	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351
38 Meals and lunches	782	985	539	654	646	597	423	569
39 Repairs and services	2,728	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538
40 All other departments	56,845	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,580,314	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985					Change - Variation			Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	January/ December 1986/1985	January 1986/1985			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1986/1985	Janvier 1986/1985			
thousands of dollars					per cent				
milliers de dollars					pourcentage				
50,520	50,641	69,861	72,851	59,665	-12.9	+32.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
82,262	90,837	108,419	92,534	71,080	+0.2	+47.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
152,682	153,876	192,415	223,975	174,206	+25.0	+69.6	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
37,360	42,135	44,711	46,126	30,921	+2.0	+33.1	Fourrures	4	
88,047	80,233	111,620	103,368	97,832	-13.1	+18.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
55,065	51,635	62,584	62,530	43,250	+15.9	+34.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
47,129	50,512	76,674	91,101	53,405	-0.2	+20.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
45,661	40,634	52,308	54,996	50,743	+2.6	+12.1	Sous-vêtements	8	
6,039	7,309	14,405	5,925	6,332	-56.2	-11.1	Chapeaux	9	
40,429	39,576	42,069	47,889	41,233	+3.8	+13.0	Bas pour dames et fillettes	10	
60,155	68,465	99,915	106,895	70,769	-7.7	+30.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
107,102	110,052	125,503	111,217	112,413	+4.4	+33.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
206,692	188,030	228,547	224,633	181,843	-22.3	+13.4	Vêtements pour hommes	13	
155,033	168,183	218,546	238,300	159,863	+5.9	+18.3	Articles d'habillement pour hommes	14	
42,024	49,453	71,037	59,239	47,733	+2.2	+14.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
75,167	79,976	96,903	90,461	74,894	+9.5	+37.7	Chaussures pour hommes et garçons	16	
32,166	37,354	46,549	49,125	28,629	+54.4	+5.6	Produits alimentaires et connexes	17	
242,973	230,119	353,752	389,431	270,238	+17.4	+24.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
49,928	44,255	60,694	58,728	44,368	+13.2	-9.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
18,215	17,663	23,380	20,439	15,135	-11.1	-25.0	Tissus à la pièce	20	
129,658	128,387	149,235	164,587	168,851	-6.4	+23.2	Literie et linge de maison	21	
49,133	40,914	49,864	46,765	53,625	-19.3	+13.3	Menus articles	22	
81,931	78,364	88,028	106,895	109,744	-20.1	+28.7	Porcelaine et verrerie	23	
55,176	50,390	58,015	57,243	73,666	-5.1	+37.7	Revêtements de plancher	24	
68,186	64,527	71,948	69,741	71,332	+3.3	+5.1	Tentures, rideaux et housses	25	
66,253	65,483	78,858	73,652	53,307	+10.5	+4.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
152,710	142,538	164,063	148,769	186,126	-10.6	+14.7	Meubles	27	
63,275	60,490	73,840	74,599	71,990	+2.6	+9.8	Gros appareils ménagers	28	
140,840	121,105	155,876	167,960	148,223	-1.0	+9.8	Téléviseurs, radios et musique	29	
166,287	162,028	188,480	222,288	150,769	+17.7	+7.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
163,188	152,176	185,927	176,493	159,850	-7.3	+27.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
26,308	24,350	28,404	29,796	39,314	-23.2	+24.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
121,103	118,100	163,565	180,425	135,594	+15.3	+43.2	Bijouterie	33	
199,802	194,485	260,061	194,753	98,578	+15.4	+1.0	Jouets et jeux	34	
138,586	127,607	167,978	153,589	129,702	-12.3	+0.3	Articles de sport et valises	35	
139,433	144,200	160,820	187,263	128,222	+6.9	+1.2	Papeterie, livres et revues	36	
51,032	47,809	63,124	54,023	74,883	-23.6	+6.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
277	440	268	378	341	+129.3	-20.6	Repas et casse-croûtes	38	
6,178	3,752	2,588	2,365	2,651	+2.9	-50.0	Services et travaux de réparation	39	
67,797	64,673	77,888	71,478	45,282	+25.5	-2.7	Tous autres rayons	40	
3,481,802	3,392,756	4,288,722	4,332,805	3,536,602	+1.2	+18.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	1986	1985					
	January ^P	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier ^P	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	63,567	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804
2 Women's and misses' coats and suits	89,056	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138
3 Women's and misses' sportswear	260,026	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948
4 Furs	33,838	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	103,720	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837
6 Girls' and teenage girls' wear	68,532	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963
7 Lingerie and women's sleepwear	62,578	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747
8 Intimate apparel	48,596	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973
9 Millinery	2,922	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284
10 Women's and girls' hosiery	44,841	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	73,376	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868
12 Women's, misses' and children's footwear	136,006	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164
13 Men's clothing	193,170	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025
14 Men's furnishings	198,102	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701
15 Boys' clothing and furnishings	53,670	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683
16 Men's and boys' footwear	92,518	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377
17 Food and kindred products(1)	44,211	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444
18 Toiletries, cosmetics and drugs	290,381	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552
19 Photographic equipment and supplies	50,959	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651
20 Piece goods	16,117	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015
21 Linens and domestics	166,865	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496
22 Smallwares and notions	48,704	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782
23 China and glassware	100,322	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038
24 Floor coverings	69,368	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578
25 Draperies, curtains and furniture coverings	72,413	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	65,042	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679
27 Furniture	173,881	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418
28 Major appliances	73,662	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859
29 Television, radio and music	154,627	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470
30 Housewares and small electrical appliances	178,463	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	168,807	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007
32 Plumbing, heating and building materials	30,570	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356
33 Jewellery	159,488	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469
34 Toys and games	142,455	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239
35 Sporting goods and luggage	140,200	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131
36 Stationery, books and magazines	149,684	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	58,736	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737
38 Meals and lunches(1)	782	985	539	654	646	597	423
39 Repairs and services	2,870	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356
40 All other departments	67,619	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,950,725	3,354,272 ^F	3,348,301(2) ^F	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

(2) Seasonally adjusted data on total all departments monthly stocks have been revised for 1983 and 1984. Revised data can be obtained from Retail Trade Section or CANSIM.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change January/December 1986/1985	Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December ^F	Variation janvier/décembre 1986/1985		
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,587	52,910	53,780	59,865	63,690	67,101	-5.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,098	66,085	63,254	71,604	76,019	83,823	+6.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,604	150,561	154,419	166,927	186,824	205,737	+26.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,341	36,541	35,861	34,815	37,463	30,001	+12.8	Fourrures	4
83,217	84,597	79,789	92,836	97,526	99,815	+3.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
53,822	52,466	49,739	53,998	55,686	58,239	+17.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,621	49,506	53,387	60,641	60,212	61,604	+1.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
45,838	47,790	47,930	48,988	47,990	48,283	+0.6	Sous-vêtements	8
3,192	6,060	6,867	11,125	3,233	4,393	-33.5	Chapeaux	9
37,376	38,644	39,951	39,064	41,762	42,556	+5.4	Bas pour dames et fillettes	10
59,418	63,814	68,711	76,046	73,677	75,129	-2.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,246	107,605	111,268	115,134	110,517	122,967	+10.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,321	178,337	179,303	185,254	184,474	191,025	+1.1	Vêtements pour hommes	13
161,967	158,800	165,368	171,297	182,423	189,493	+4.5	Articles d'habillement pour hommes	14
49,567	46,964	50,894	55,225	53,886	55,495	-3.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,557	74,940	81,220	82,663	82,324	83,686	+10.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
33,120	32,166	37,354	46,549	49,125	28,629	+54.4	Produits alimentaires et connexes(1)	17
251,117	256,792	260,717	299,066	306,297	288,183	+0.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
51,051	50,661	48,357	49,980	52,022	51,255	-0.6	Appareils et fournitures photographiques	19
18,281	17,283	18,749	19,761	18,409	14,709	+9.6	Tissus à la pièce	20
138,361	138,408	144,543	150,653	152,434	159,068	+4.9	Literie et linge de maison	21
44,211	46,554	44,483	47,681	47,973	49,693	-2.0	Menus articles	22
78,804	80,222	82,589	84,220	93,151	95,747	+4.8	Porcelaine et verrerie	23
50,865	53,469	55,916	58,067	61,247	66,292	+4.6	Revêtements de plancher	24
70,221	69,000	68,512	69,323	68,048	69,305	+4.5	Tentures, rideaux et housses	25
64,143	63,865	65,594	65,630	63,968	61,940	+5.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
154,555	162,252	154,056	154,812	156,687	162,767	+6.8	Meubles	27
73,160	70,844	69,879	71,074	67,402	67,210	+9.6	Gros appareils ménagers	28
138,443	142,261	134,827	140,894	143,486	148,109	+4.4	Téléviseurs, radios et musique	29
166,042	166,240	168,602	179,883	187,666	170,055	+4.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
156,333	157,855	163,393	173,132	172,428	164,475	+2.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,930	27,538	26,054	27,530	28,046	29,881	+2.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
115,568	122,425	127,046	139,971	141,988	145,151	+9.9	Bijouterie	33
193,575	190,910	165,059	168,316	148,350	147,933	-3.7	Jouets et jeux	34
140,845	148,945	136,063	138,553	137,695	141,363	-0.8	Articles de sport et valises	35
131,677	136,286	142,017	143,803	149,947	147,730	+1.3	Papeterie, livres et revues	36
52,769	52,472	51,711	56,534	54,338	61,363	-4.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
569	277	440	268	378	341	+129.3	Repas et casse-croûtes(1)	38
6,404	5,905	3,752	2,588	2,471	2,894	-0.8	Services et travaux de réparation	39
62,412	71,232	67,441	61,543	57,099	54,909	+23.1	Tous autres rayons	40
3,439,213	3,479,467	3,478,881	3,675,298	3,718,351	3,748,335	+5.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

(2) Les données désaisonnalisées sur les stocks mensuels pour le total, tous rayons ont été révisées pour 1983 et 1984. Les données révisées peuvent être obtenues auprès de la Section du commerce de détail ou de CANSIM.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.19	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27
2	Women's and misses' coats and suits	4.89	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48
3	Women's and misses' sportswear	5.26	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47
4	Furs	6.27	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.04	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55
6	Girls' and teenage girls' wear	5.02	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41
7	Lingerie and women's sleepwear	4.21	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68
8	Intimate apparel	5.14	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75
9	Millinery	2.79	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27
10	Women's and girls' hosiery	4.78	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.90	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6.82	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30
13	Men's clothing	5.72	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84
14	Men's furnishings	5.53	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72
15	Boys' clothing and furnishings	5.67	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73
16	Men's and boys' footwear	7.77	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81
17	Food and kindred products	0.79	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	6.61	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45
19	Photographic equipment and supplies	5.57	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86
20	Piece goods	4.83	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34
21	Linens and domestics	4.86	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92
22	Smallwares and notions	5.56	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88
23	China and glassware	8.79	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30
24	Floor coverings	5.25	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.40	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.52	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77
27	Furniture	3.28	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03
28	Major appliances	1.57	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54
29	Television, radio and music	3.77	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30
30	Housewares and small electrical appliances	6.29	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.83	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31
32	Plumbing, heating and building materials	3.90	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88
33	Jewellery	11.94	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34
34	Toys and games	9.33	8.98	8.41	6.44	6.91	8.09	8.09
35	Sporting goods and luggage	6.56	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42
36	Stationery, books and magazines	5.77	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.17	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48
38	Meals and lunches	0.04	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.23	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54
40	All other departments	2.30	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.59	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.02	2.83	3.02	3.83	3.33	2.34	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
10.13	5.07	4.19	3.88	2.72	3.09	formes pour dames et jeunes filles	
2.78	2.51	2.22	2.85	3.14	1.95	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
29.10	15.28	10.69	7.46	4.91	2.84	filles	
4.27	3.09	3.10	3.87	3.23	2.45	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
4.70	1.83	3.02	3.74	2.51	1.59	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.51	2.93	3.04	4.11	3.14	1.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.81	3.20	4.71	4.63	3.24	Sous-vêtements	8
1.90	3.84	3.47	5.16	1.60	1.45	Chapeaux	9
4.88	4.54	3.26	3.50	3.50	2.27	Bas pour dames et fillettes	10
4.82	4.64	3.93	4.89	3.23	1.55	Gants, moufles et articles de parure pour	11
4.91	4.10	3.57	4.02	2.73	3.52	dames et fillettes	
5.65	5.60	4.39	5.24	3.33	2.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
3.48	3.62	3.53	4.60	2.98	1.21	enfants	
5.72	1.69	3.83	4.97	3.04	1.78	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
4.84	4.54	4.38	5.54	3.53	2.79	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.52	0.71	0.79	0.63	0.33	Produits alimentaires et connexes	17
4.95	4.52	4.65	6.10	5.13	1.94	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
4.17	3.58	4.29	5.52	4.04	1.58	Appareils et fournitures photographiques	19
5.68	4.91	4.54	5.53	4.55	5.27	Tissus à la pièce	20
4.32	3.78	3.83	4.58	4.21	3.17	Literie et linge de maison	21
6.55	6.49	3.93	5.45	4.52	4.21	Menus articles	22
7.41	7.94	6.28	8.29	5.22	2.83	Porcelaine et verrerie	23
3.70	4.03	3.53	3.41	2.78	5.14	Revêtements de plancher	24
4.33	4.48	4.26	4.31	3.94	3.97	Tentures, rideaux et housses	25
8.71	8.25	8.10	8.70	5.88	2.82	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
2.87	3.33	2.84	2.83	2.72	3.78	d'ameublement pour la maison	
1.31	1.31	1.21	1.34	1.24	1.14	Meubles	27
3.94	2.94	2.46	3.46	3.00	1.68	Gros appareils ménagers	28
5.14	4.56	4.88	5.14	4.35	1.78	Téléviseurs, radios et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
4.50	5.30	5.79	5.86	4.55	3.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
2.29	2.83	2.69	2.65	2.64	3.16	etc.	
6.18	6.11	5.26	7.86	4.93	1.73	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
9.07	9.37	9.98	8.45	3.06	1.07	truction	
4.57	5.53	5.97	8.06	5.26	2.61	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
6.25	3.89	4.33	6.76	4.21	1.77	Papeterie, livres et revues	36
3.49	3.80	3.56	3.18	2.15	3.52	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	réparation et fournitures	
0.59	0.55	0.34	0.19	0.14	0.17	Repas et casse-croûtes	38
1.69	1.95	2.36	2.50	2.06	0.79	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3.73	3.42	3.40	4.03	3.14	1.90	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986	1985					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39
2	Women's and misses' coats and suits	0.20	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.21	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38
4	Furs	0.16	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.23	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34
8	Intimate apparel	0.20	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27
9	Millinery	0.22	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41
10	Women's and girls' hosiery	0.21	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.16	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27
12	Women's, misses' and children's footwear	0.15	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24
14	Men's furnishings	0.19	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23
17	Food and kindred products	1.54	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.16	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22
19	Photographic equipment and supplies	0.19	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26
20	Piece goods	0.19	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16
21	Linens and domestics	0.20	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20
22	Smallwares and notions	0.16	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15
23	China and glassware	0.10	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13
24	Floor coverings	0.19	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10
27	Furniture	0.29	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33
28	Major appliances	0.65	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64
29	Television, radio and music	0.26	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.17	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.14	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.22	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37
33	Jewellery	0.09	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18
34	Toys and games	0.11	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13
35	Sporting goods and luggage	0.14	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22
36	Stationery, books and magazines	0.18	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.17	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.52	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95
39	Repairs and services	4.36	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90
40	All other departments	0.48	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Rayon	No
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.36	0.35	0.33	0.30	0.31	0.39	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.12	0.21	0.25	0.28	0.34	0.28	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.41	0.45	0.39	0.34	0.45	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.04	0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	Fourrures	4
0.25	0.31	0.31	0.30	0.30	0.40	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.50	0.32	0.29	0.40	0.51	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.40	0.35	0.34	0.29	0.35	0.69	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.26	0.27	0.29	0.24	0.22	0.30	Sous-vêtements	8
0.49	0.38	0.32	0.26	0.36	0.71	Chapeaux	9
0.21	0.24	0.30	0.29	0.30	0.41	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.23	0.27	0.24	0.32	0.51	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.25	0.28	0.26	0.34	0.29	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.20	0.22	0.21	0.30	0.42	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.28	0.29	0.25	0.35	0.66	Articles d'habillement pour hommes	14
0.20	0.47	0.28	0.24	0.30	0.50	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.21	0.22	0.24	0.20	0.27	0.32	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.55	1.90	1.50	1.41	1.62	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.21	0.22	0.21	0.20	0.20	0.42	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.28	0.22	0.21	0.24	0.54	Appareils et fournitures photographiques	19
0.16	0.21	0.22	0.21	0.21	0.16	Tissus à la pièce	20
0.23	0.26	0.26	0.23	0.25	0.32	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	Menus articles	22
0.14	0.13	0.16	0.13	0.21	0.36	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.25	0.27	0.31	0.36	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.22	0.23	0.24	0.25	0.25	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.12	0.13	0.16	0.30	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.35	0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	Meubles	27
0.76	0.73	0.80	0.82	0.81	0.86	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.35	0.38	0.33	0.35	0.56	Téléviseurs, radios et musique	29
0.19	0.22	0.20	0.21	0.25	0.45	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.21	0.19	0.17	0.19	0.21	0.30	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.35	0.36	0.41	0.39	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.16	0.17	0.19	0.15	0.21	0.50	Bijouterie	33
0.12	0.11	0.10	0.14	0.28	0.63	Jouets et jeux	34
0.21	0.18	0.16	0.14	0.18	0.35	Articles de sport et valises	35
0.16	0.25	0.24	0.16	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.28	0.27	0.27	0.36	0.43	0.33	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
48.36	52.59	57.36	64.23	81.46	92.66	Repas et casse-croûtes	38
1.71	1.78	2.22	4.23	6.69	6.06	Services et travaux de réparation	39
0.54	0.56	0.41	0.44	0.46	0.98	Tous autres rayons	40
0.26	0.29	0.28	0.27	0.32	0.47	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,511			
March - Mars	1,695,173	1,884,093			
April - Avril	1,709,386	1,897,041			
May - Mai	1,708,247	1,897,723			
June - Juin	1,719,376	1,887,639			
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,254			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,716.0	1,888.0	2,096.0P	--	+11.0
February - Février	1,658.0	1,902.0			
March - Mars	1,721.0	1,911.0			
April - Avril	1,733.0	1,921.0			
May - Mai	1,741.0	1,932.0			
June - Juin	1,766.0	1,941.0			
July - Juillet	1,779.0	1,969.0			
August - Août	1,789.0	1,999.0			
September - Septembre	1,801.0	2,016.0			
October - Octobre	1,825.0	2,040.0			
November - Novembre	1,848.0	2,081.0			
December - Décembre	1,900.0	2,097.0F			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
1984:					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
1985:					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre	224.0	1,032,253	+7.9	460,827	+5.9
November - Novembre	225.4	1,360,177	+8.4	603,450	+6.1
December - Décembre	223.5	1,835,418	+7.0	821,216	+4.3
Year - Année	223.7	12,056,726	+5.9	5,390,319	+3.6
1986:					
January - Janvier	222.3	762,710	+10.2	343,099	+9.0
February - Février					
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985 and 1986

Department		Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
No.		MCD in January	December ^F 1985	January ^P 1986	February(1)
		MDC en janvier	Décembre ^F 1985	Janvier ^P 1986	Février(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	136.90	54.27	63.74
2	Women's and misses' coats and suits	8	134.75	78.62	72.40
3	Women's and misses' sportswear	4	140.68	61.42	68.08
4	Furs	12	235.84	152.20	99.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	149.81	76.21	71.08
6	Girls' and teenage girls' wear	5	143.62	51.41	60.06
7	lingerie and women's sleepwear	4	238.75	60.29	61.26
8	Intimate apparel	4	133.73	81.91	70.99
9	Millinery	9	239.98	77.52	54.84
10	Women's and girls' hosiery	4	159.81	80.83	71.97
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	239.47	59.08	53.16
12	Women's, misses' and children's footwear	6	124.52	60.40	56.89
13	Men's clothing	4	197.52	58.40	57.47
14	Men's furnishings	5	244.95	55.60	53.84
15	Boys' clothing and furnishings	6	176.71	57.23	54.15
16	Men's and boys' footwear	6	151.50	60.69	57.52
17	Food and kindred products	4	138.24	87.64	99.38
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	220.73	77.40	75.41
19	Photographic equipment and supplies	4	223.74	70.88	59.68
20	Piece goods	6	95.54	82.97	83.72
21	Linens and domestics	3	156.74	104.50	58.32
22	Smallwares and notions	4	149.61	103.72	81.83
23	China and glassware	5	263.33	60.23	62.00
24	Floor coverings	5	96.50	82.86	77.01
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	114.78	72.17	69.13
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	218.91	75.85	60.35
27	Furniture	5	95.15	95.02	73.38
28	Major appliances	5	116.64	90.61	71.36
29	Television, radio and music	5	198.85	86.28	68.18
30	Housewares and small electrical appliances	3	216.50	71.67	73.39
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	128.52	68.04	62.30
32	Plumbing, heating and building materials	5	115.65	75.72	66.08
33	Jewellery	3	289.50	48.17	53.77
34	Toys and games	5	329.41	41.56	44.00
35	Sporting goods and luggage	3	182.41	69.13	57.18
36	Stationery, books and magazines	4	228.68	72.75	68.84
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	135.56	79.62	69.17
38	Meals and lunches	3	147.50	88.42	79.99
39	Repairs and services	6	124.16	90.62	80.97
40	All other departments	5	165.74	73.12	65.14
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	175.24	73.04	66.49

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985 et 1986

Stocks - Seasonal factors					
Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières					
MCD in January	December ^P 1985	January ^P 1986	February(2)	Rayon	N°
MDC en janvier	Décembre ^P 1985	Janvier ^P 1986	Février(2)		
3	88.92	81.71	90.58	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	84.80	79.95	93.34	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	84.67	83.73	93.97	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	103.07	93.25	81.54	Fourrures	4
4	98.01	81.98	85.02	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	74.26	73.13	90.72	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	86.69	85.21	84.32	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	105.09	107.14	96.27	Sous-vêtements	8
5	144.15	94.90	86.64	Chapeaux	9
3	96.89	95.49	92.69	Bas pour dames et fillettes	10
3	94.20	89.07	90.58	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	91.42	86.27	94.00	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	95.19	73.15	87.23	Vêtements pour hommes	13
3	84.36	85.47	87.66	Articles d'habillement pour hommes	14
4	86.01	90.90	98.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	89.49	88.61	85.22	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
4	93.77	109.24	89.84	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	86.56	98.55	89.55	Appareils et fournitures photographiques	19
4	102.89	83.49	85.12	Tissus à la pièce	20
3	106.15	94.72	98.15	Literie et linge de maison	21
4	107.91	88.80	86.68	Menus articles	22
3	114.62	87.36	95.94	Porcelaine et verrerie	23
3	111.12	100.75	95.82	Revêtements de plancher	24
3	102.92	101.77	93.71	Tentures, rideaux et housses	25
4	86.06	90.57	89.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	114.35	95.67	92.71	Meubles	27
4	107.11	100.32	104.65	Gros appareils ménagers	28
3	100.08	94.87	90.69	Téléviseurs, radios et musique	29
3	88.66	99.43	92.31	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3	97.19	87.75	88.16	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	131.57	98.78	88.48	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	93.42	98.00	90.91	Bijouterie	33
4	66.64	79.87	75.32	Jouets et jeux	34
4	91.75	81.17	81.92	Articles de sport et valises	35
3	86.79	91.53	85.66	Papeterie, livres et revues	36
5	122.03	97.40	92.26	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
4	91.62	95.04	93.93	Services et travaux de réparation	39
6	82.47	84.07	78.32	Tous autres rayons	40
...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

APPENDICES

Appendix I

DEFINITIONS

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

Appendice I

DÉFINITIONS

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Appendix II

METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Appendice II

MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Appendix III

DATA RELIABILITY

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Appendice III

FIABILITÉ DES DONNÉES

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986

January

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986

Janvier

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.1	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.8	84.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	47.1	65.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Appendix IV

SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁽¹⁾ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁽²⁾ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canadian Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Daqu, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice IV

DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps⁽¹⁾". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁽²⁾ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Daqu, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated by the Industry Measures and Analysis Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des mesures et de l'analyse de l'industrie de Statistique Canada, au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986

	1986		1985	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	25	5	26	5
April - Avril	26	4	25	4
May - Mai	26	5	26	4
June - Juin	25	4	25	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	25	5	26	5
September - Septembre	25	4	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	25	5	26	5
December - Décembre	26	4	25	4

Appendix V

DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁽⁵⁾ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from **selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

(5) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice V

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁽⁵⁾. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

(5) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

The **stock-sales ratios(6)** are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-stock ratios(7)** are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The **metropolitan areas** are census metropolitan areas.

The **commodity reference list**, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

On obtient les **ratios stocks-ventes(6)** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks(7)** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les **régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La **liste de référence des marchandises**, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les **chiffres révisés** des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

Appendix VI - Appendice VI

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée juillet 1984)
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan(3)
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.
(1) Goudies Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. has been reclassified to the "General Store" trade group as of January 1, 1986.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins intitulés "Magasins généraux" depuis le 1^{er} janvier 1986.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

Department

1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.

Infants' Bath Equipment and Toiletries

Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, playpens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.

Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.

Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, nightgowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brasieres.

9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouses, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

Rayon

1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes et manteaux du soir.

2. Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricotés, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et moufles.

5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambres d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.

Articles pour le bain et la toilette des bébés

Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.

Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.

Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, lits, literie et accessoires de literie.

6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleurs, jupes, uniformes de scout, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutiens-gorge.

9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérets, garnitures de chapeau et postiches.

10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, léotards, etc.

11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, ensembles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

12. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children (excluding athletic footwear).

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousers, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

15. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

16. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys (excluding athletic footwear).

17. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.
Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.
Patent medicines and drug preparations and sundries.
Prescriptions
Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.
Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.
Medical, Surgical and Therapeutic Goods
Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linen; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestic

Linens (table and fancy), quilted pads and silence cloths, dresser and buffet scarfs, towels and towelling, sheets and sheeting, pillowcases, mattress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (exclus les chaussures d'athlétisme).

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, moufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarretières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scout et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons (exclus les chaussures d'athlétisme).

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette
Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.
Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.
Ordonnances
Fournitures médicales, y compris matériel et fournitures pour chambre de malades, pansements, etc.
Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.
Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques
Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires; matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films; télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissu-éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items such as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachments, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery.

Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, doormats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds.

Furniture Coverings: including slipcovers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à dîner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, disparates, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélaris, paillassons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement.

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chaufferettes (chaufferettes de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sècheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden tractors, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

32. Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, basins, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, and all "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing, etc.

33. Jewellery

Clocks and watches

Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.

Costume Jewellery

Fine Jewellery

34. Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

35. Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel and footwear (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and tobaggans.

Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies; hunting and fishing apparel; traps, decoys, nets, knives, etc.

Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.

Bicycles, Accessories and Supplies

Boats and Marine Accessories

Power Snow Sleds

Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, récipients, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, évier de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet. Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'oeuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. Bijouterie

Horloges et montres

Argenterie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à découper, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.

Bijouterie en faux

Bijouterie en fin

34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles, vêtements et chaussures de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.); équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et tobaggans.

Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.

Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.

Bicyclettes, accessoires et fournitures

Bateaux et accessoires

Autos-neige

Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

37. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

38. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

39. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as alterations, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

40. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballages de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, trousseaux et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; appareils de correction auditive; etc.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.
60 pages. First Issue, 1974.

Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements
pour la famille, 1980

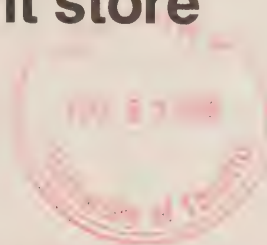
M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

Department store sales and stocks

February 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Février 1986

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Northwest Territories
(area served by NorthwestTel Inc.) Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolinguée et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest
(territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

February 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

May 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1986

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Mai 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paielement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- . **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- . **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- . **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- . **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- . **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- . **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1984-1986	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
Highlights	xiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1984-1986	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
Points saillants	xiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	8

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986	22

TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986	22

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1985 and 1986	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1985 and 1986	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1984-1986	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1986	34
Appendix	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Constant Dollar Estimates	49
Number of Shopping Days	50
V. Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	51
VI. List of Department Store Organizations	53

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1986	34
Appendice	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Estimations en dollar constants	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Confidentialité des données	51
Notes explicatives	51
VI. Liste des organisations de grands magasins	53

Choix de publications

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments"; however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if the department is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

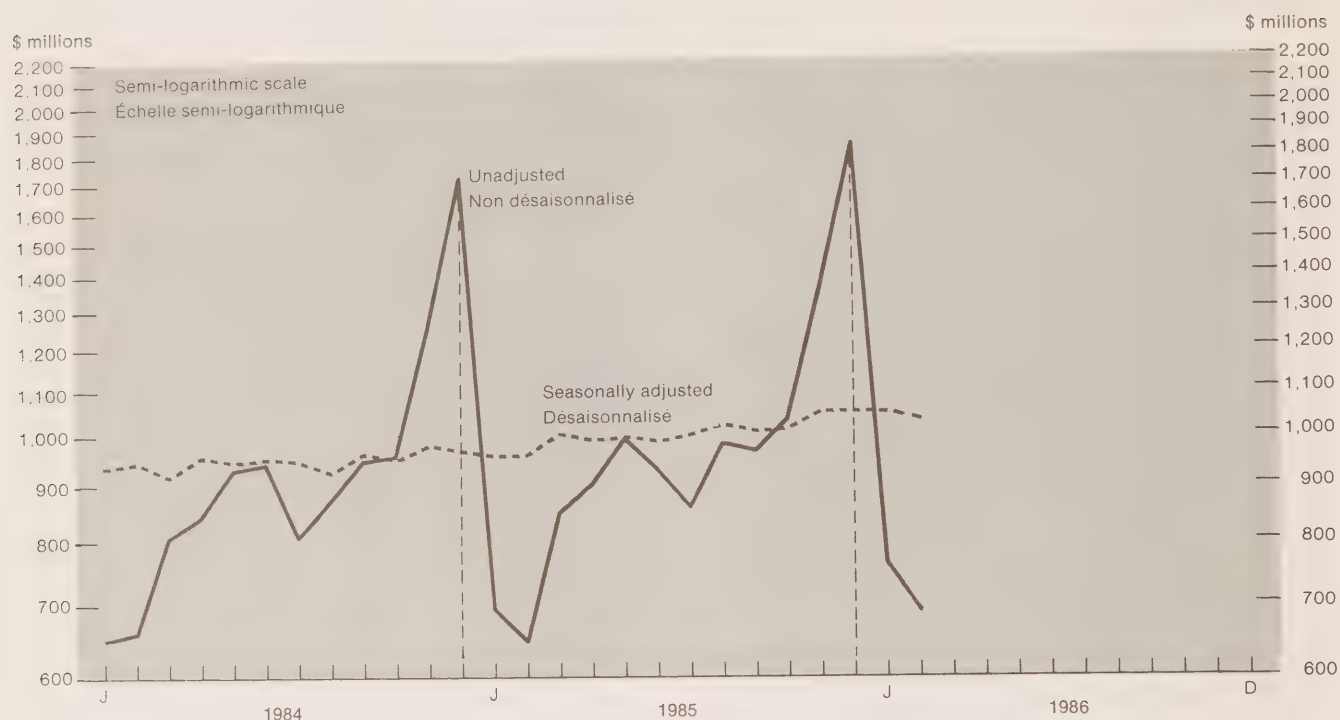
Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. (Le recensement mesure également les activités des "établissements"; toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986



Graphique — 2

Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

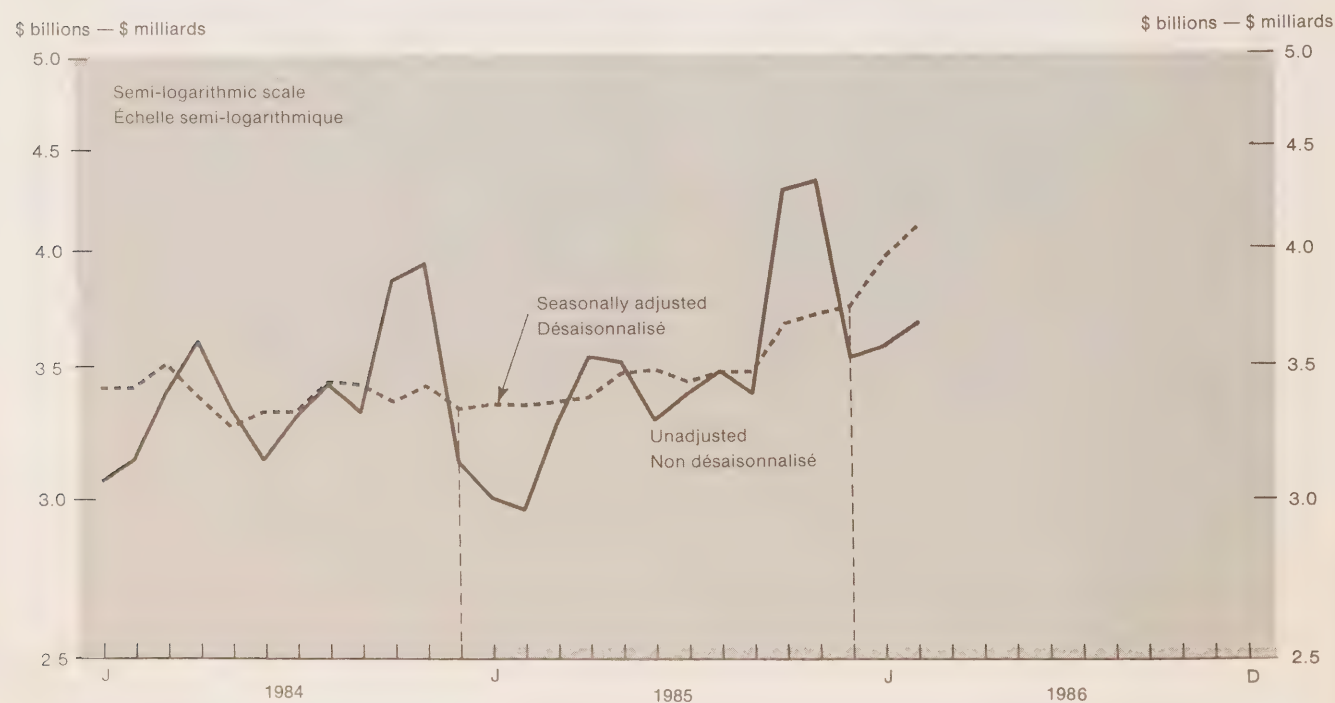


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

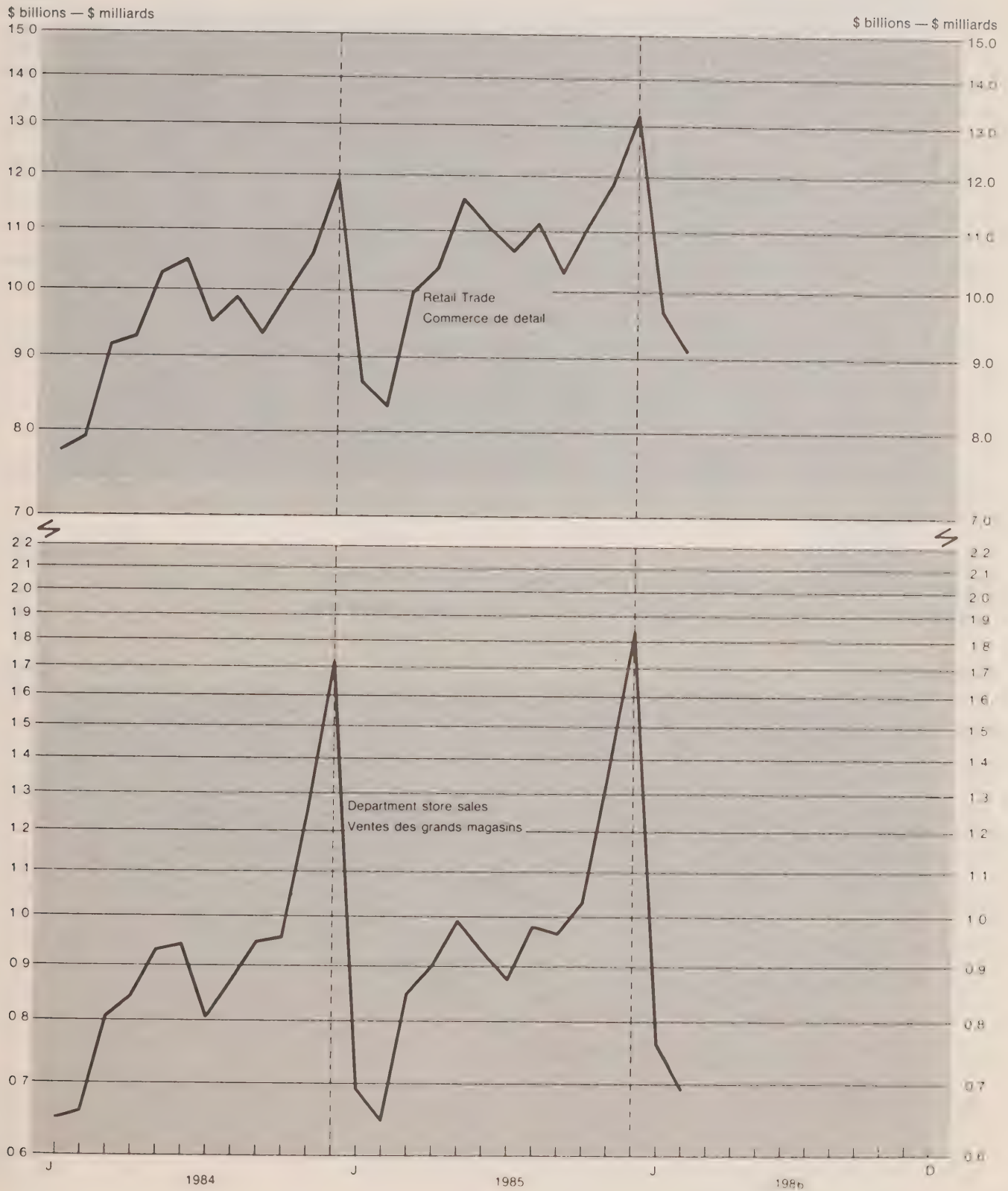


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1984-1986

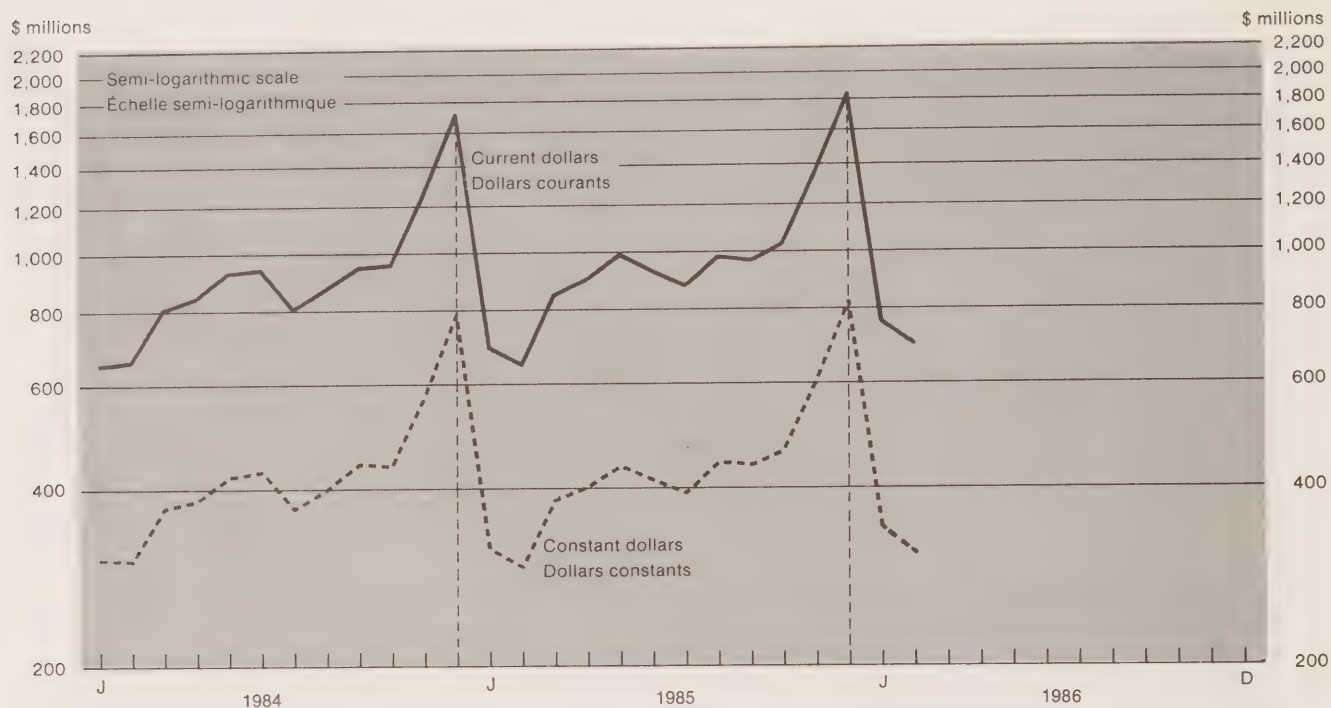
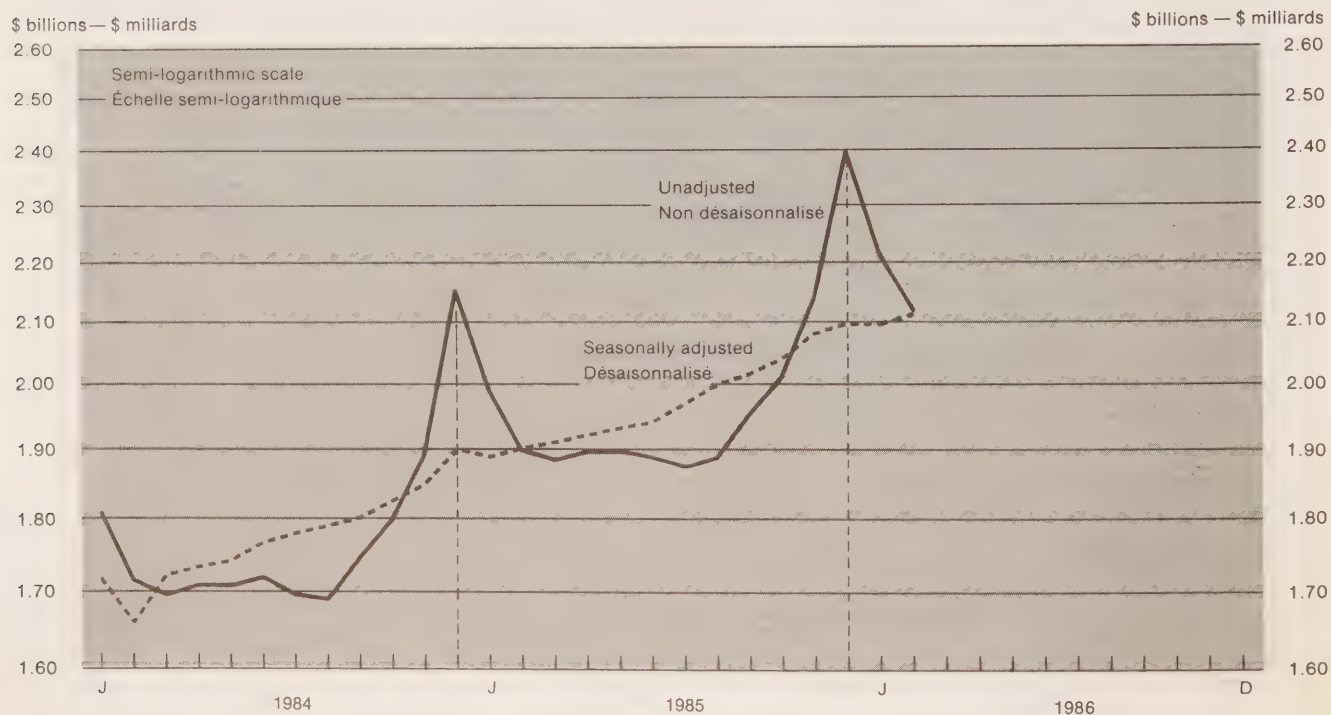


Chart — 5

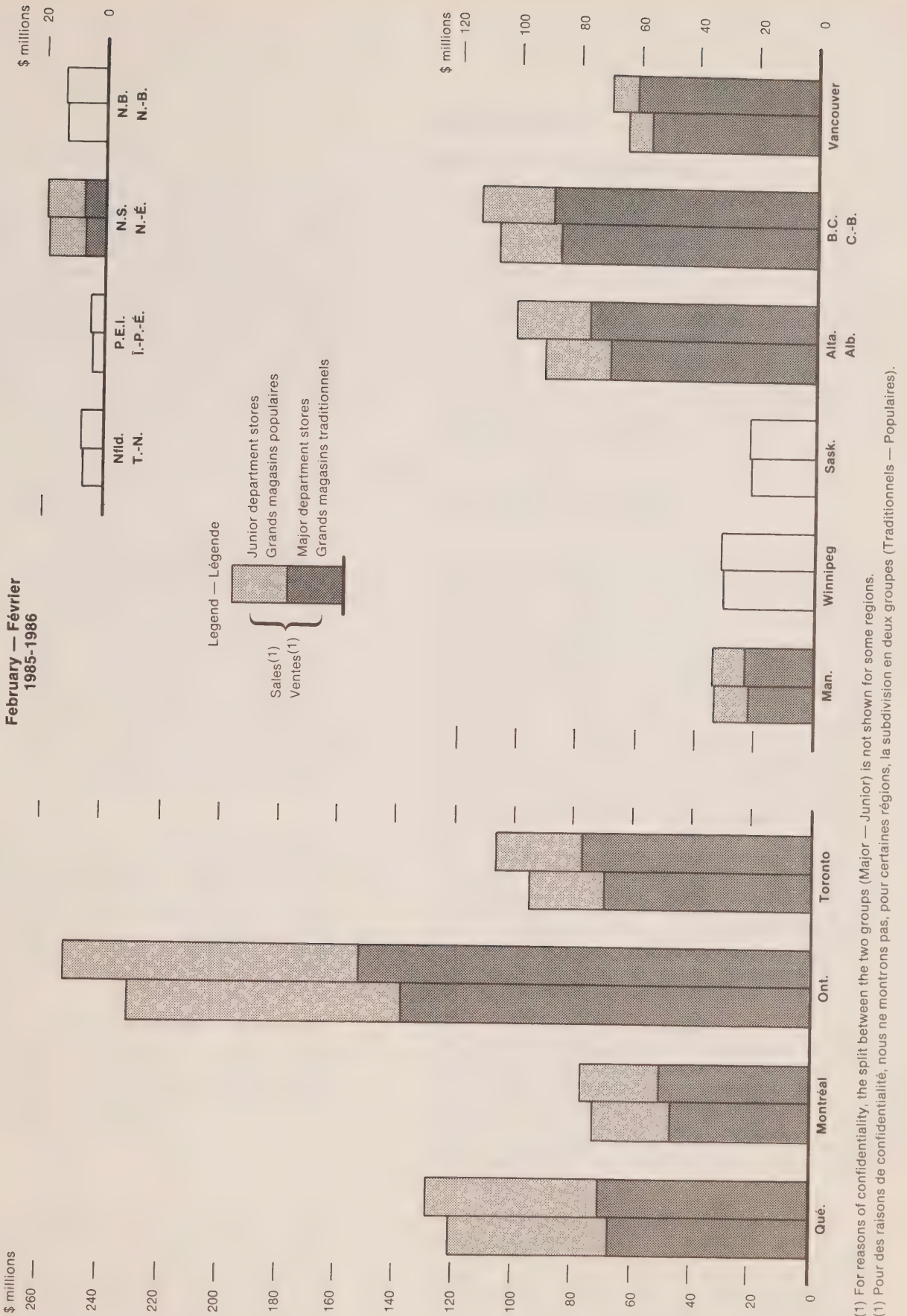
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in February 1986, decreased by 0.9% to \$1,035.9 million from the revised January 1986 level of \$1,045.2 million. Among the 20 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in millinery (+23.0%) and furs (+8.5%). The largest decreases were registered by china and glassware (-14.4%) and women's and misses' coats and suits (-10.1%).

Unadjusted Sales

- o Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$696.0 million in February 1986, up 7.6% from the February 1985 level. Sales were higher in 30 of the 40 departments for which information is compiled, with the largest increases reported in floor coverings (+27.7%), boys' clothing and furnishings (+23.2%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (+21.4%) and furniture (+20.1%). The most notable decreases were recorded for millinery (-22.7%), smallwares and notions (-15.5%), sporting goods and luggage (-10.6%) and furs (-10.6%).
- o All provinces posted gains in February 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 10.2% in Alberta to 3.3% in Saskatchewan. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 11.3% in Toronto to 1.1% in Quebec City.
- o Sales by major department stores in February 1986 reached \$436.6 million, up 6.7% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$259.4 million, up 9.0% over the same period last year.
- o In February 1986, there were 793 retail locations operated by department store organizations, seven less than in January 1986 and the same as in February 1985. Of this total number, 311 locations were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 0.9% en février 1986 en regard du mois de janvier 1986 (\$1,045.2 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,035.9 millions. Des 20 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de chapeaux (+23.0%) et de fourrures (+8.5%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de porcelaine et verrerie (-14.4%) et de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (-10.1%).

Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$696.0 millions en février 1986, soit 7.6% de plus qu'en février 1985. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 30 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de revêtements de plancher (+27.7%), de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+23.2%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (+21.4%) et de meubles (+20.1%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de chapeaux (-22.7%), de menus articles (-15.5%), d'articles de sport et valises (-10.6%) et de fourrures (-10.6%).
- o Les ventes des grands magasins ont progressé dans toutes les provinces, en février 1986 comparativement au même mois l'an dernier, les gains s'échelonnant de 10.2% en Alberta à 3.3% en Saskatchewan. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 11.3% à Toronto à 1.1% à la ville de Québec.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en février 1986, se sont chiffrées à \$436.6 millions, soit une hausse de 6.7% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$259.4 millions, ce qui représente un gain de 9.0% en regard du mois de février de l'année dernière.
- o En février 1986, on a dénombré un total de 793 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit sept de moins qu'en janvier 1986 et le même qu'en février 1985. De ce total, 311 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les sociétés de grands magasins populaires.

- o In February 1986, total department store sales constituted 7.6% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 7.8% share held in February 1985.

Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in February 1986 was \$3,722.7 million, up 25.3% from February 1985. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$4,106.7 million, up 3.6% from the January 1986 revised value of \$3,965.7 million.

Accounts Receivable

- o The total value of accounts receivable of all department store organizations in February 1986 amounted to \$2,120.6 million, down 4.3% from the \$2,215.7 million recorded in January 1986.

- o En février 1986, les ventes totales des grands magasins ont représenté 7.6% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, un léger recul par rapport à la part de 7.8% détenue en février 1985.

Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en février 1986, a haussé de 25.3% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,722.7 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connue une hausse de 3.6% par rapport au mois précédent (\$3,965.7 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$4,106.7 millions.

Comptes à recevoir

- o En février 1986, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,120.6 millions, soit 4.3% de moins que la valeur enregistrée en janvier 1986 (\$2,215.7 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	10,015	10,515	10,054	15,827	18,842	25,147	19,352
2	Women's and misses' coats and suits	14,569	11,303	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916
3	Women's and misses' sportswear	41,374	44,371	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577
4	Furs	5,029	3,164	3,559	1,705	1,236	386	563
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	21,066	20,131	18,267	23,097	24,533	23,718	22,528
6	Girls' and teenage girls' wear	9,990	10,684	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813
7	Lingerie and women's sleepwear	12,677	12,547	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948
8	Intimate apparel	10,130	8,499	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902
9	Millinery	992	826	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149
10	Women's and girls' hosiery	8,951	7,816	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	11,069	9,035	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197
12	Women's, misses' and children's footwear	17,209	16,371	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583
13	Men's clothing	24,717	23,514	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374
14	Men's furnishings	30,622	31,488	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685
15	Boys' clothing and furnishings	8,608	9,080	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846
16	Men's and boys' footwear	10,548	10,269	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244
17	Food and kindred products	56,102	64,884	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109
18	Toiletries, cosmetics and drugs	48,014	47,832	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749
19	Photographic equipment and supplies	9,016	7,372	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073
20	Piece goods	2,785	3,102	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203
21	Linens and domestics	32,550	19,445	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945
22	Smallwares and notions	7,776	6,243	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084
23	China and glassware	9,976	8,163	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494
24	Floor coverings	13,306	11,674	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748
25	Draperies, curtains and furniture coverings	11,523	10,780	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,913	5,812	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341
27	Furniture	50,780	39,583	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180
28	Major appliances	47,145	33,256	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854
29	Television, radio and music	38,912	32,605	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174
30	Housewares and small electrical appliances	28,198	25,551	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,677	17,857	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646
32	Plumbing, heating and building materials	7,736	6,456	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014
33	Jewellery	13,087	14,611	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432
34	Toys and games	12,194	13,396	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636
35	Sporting goods and luggage	17,337	14,425	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851
36	Stationery, books and magazines	23,743	23,998	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,057	9,431	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181
38	Meals and lunches	18,823	16,971	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882
39	Repairs and services	11,737	10,211	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859
40	All other departments	24,757	22,747	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	762,710	696,018	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	Variation février 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,248	17,824	16,777	18,250	21,852	25,551	+4.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,073	16,211	21,679	27,951	33,973	22,976	-6.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
52,421	60,921	69,204	67,606	71,429	89,466	+16.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,197	2,445	3,942	5,992	9,389	10,880	-10.6	Fourrures	4
21,846	28,488	25,895	28,833	31,969	39,934	+10.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
13,676	30,126	17,091	16,734	24,947	27,170	+9.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,156	16,108	16,609	18,673	29,003	49,659	+3.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,454	11,992	12,696	11,112	11,891	15,657	+7.2	Sous-vêtements	8
1,193	1,573	2,107	2,790	3,704	4,364	-22.7	Chapeaux	9
7,170	8,903	12,148	12,033	13,686	18,182	+3.0	Bas pour dames et fillettes	10
10,788	12,966	17,429	20,417	33,118	45,546	-1.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
21,099	26,123	30,827	31,191	40,738	31,977	+14.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
29,627	36,896	42,783	43,621	67,416	85,918	+2.1	Vêtements pour hommes	13
41,988	42,831	47,670	47,483	80,078	132,291	+19.6	Articles d'habillement pour hommes	14
10,903	24,794	12,921	14,279	19,517	26,835	+23.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,187	16,557	18,272	17,478	25,649	26,822	+11.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,102	62,110	52,306	58,969	77,525	87,941	+4.9	Produits alimentaires et connexes	17
49,399	53,736	49,539	57,967	75,921	139,384	+9.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,362	13,960	10,316	10,995	14,520	28,086	+3.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,124	3,711	3,892	4,229	4,493	2,872	-0.9	Tissus à la pièce	20
31,758	34,275	33,504	32,613	39,131	53,221	+7.5	Literie et linge de maison	21
7,350	7,574	10,412	9,152	10,354	12,752	-15.5	Menus articles	22
10,455	10,324	12,470	10,619	20,486	38,831	+3.5	Porcelaine et verrerie	23
14,385	13,693	14,288	17,025	20,583	14,322	+27.7	Revêtements de plancher	24
16,232	15,231	15,132	16,703	17,708	17,968	+10.3	Tentures, rideaux et housses	25
7,392	8,030	8,085	9,068	12,522	18,892	+21.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
54,593	45,912	50,179	57,885	54,742	49,262	+20.1	Meubles	27
52,979	48,418	49,799	55,077	60,095	63,094	+3.0	Gros appareils ménagers	28
33,653	47,884	49,269	45,060	56,012	88,001	+12.0	Téléviseurs, radios et musique	29
32,496	36,452	33,206	36,680	51,055	84,795	-1.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
35,819	30,762	26,269	31,745	38,815	50,695	+7.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,537	9,288	9,065	10,722	11,279	12,436	+12.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
18,371	19,805	22,442	20,799	36,584	78,397	+18.5	Bijouterie	33
20,216	21,322	19,491	30,774	63,602	92,319	+2.6	Jouets et jeux	34
29,996	25,082	21,371	20,852	29,216	49,620	-10.6	Articles de sport et valises	35
22,763	35,805	33,336	23,784	44,462	72,537	+12.2	Papeterie, livres et revues	36
14,155	13,427	13,427	19,842	25,177	21,253	-6.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,359	22,246	20,563	22,738	26,313	33,312	-3.7	Repas et casse-croûtes	38
11,141	11,305	11,047	13,415	16,564	15,188	+11.9	Services et travaux de réparation	39
33,991	34,835	27,385	31,097	34,659	57,012	+3.8	Tous autres rayons	40
875,654	979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,835,418	+7.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985				
		January ^F	February ^D	February	March	April	May	June
		Janvier ^F	Février ^D	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	18,295	17,241	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836
2	Women's and misses' coats and suits	18,240	16,402	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133
3	Women's and misses' sportswear	67,430	65,214	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997
4	Furs	3,266	3,543	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	27,716	27,774	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026
6	Girls' and teenage girls' wear	19,367	18,523	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676
7	Lingerie and women's sleepwear	20,991	20,525	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111
8	Intimate apparel	12,427	12,025	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270
9	Millinery	1,291	1,589	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936
10	Women's and girls' hosiery	11,042	10,966	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	18,575	17,299	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021
12	Women's, misses' and children's footwear	28,558	28,259	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683
13	Men's clothing	41,987	41,817	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742
14	Men's furnishings	55,208	57,415	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201
15	Boys' clothing and furnishings	15,199	16,200	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927
16	Men's and boys' footwear	17,354	17,943	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890
17	Food and kindred products	64,130	64,673	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285
18	Toiletries, cosmetics and drugs	62,084	63,189	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087
19	Photographic equipment and supplies	12,730	12,502	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818
20	Piece goods	3,423	3,581	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670
21	Linens and domestics	31,185	33,224	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175
22	Smallwares and notions	7,485	7,728	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295
23	China and glassware	15,907	13,609	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687
24	Floor coverings	16,058	15,314	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171
25	Draperies, curtains and furniture coverings	15,930	15,695	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,171	9,415	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341
27	Furniture	53,600	53,725	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870
28	Major appliances	51,633	47,458	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742
29	Television, radio and music	45,706	46,881	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366
30	Housewares and small electrical appliances	39,037	35,458	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	32,799	30,118	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102
32	Plumbing, heating and building materials	10,205	10,020	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369
33	Jewellery	27,142	27,255	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294
34	Toys and games	29,424	29,952	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909
35	Sporting goods and luggage	25,434	26,110	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201
36	Stationery, books and magazines	32,812	34,199	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,030	14,028	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932
38	Meals and lunches	21,421	21,447	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250
39	Repairs and services	12,947	12,731	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396
40	All other departments	33,983	34,849	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,045,220	1,035,897	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change February/January 1986	Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	Variation février/janvier 1986		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
18,297	17,486	17,705	18,554	19,812	18,664	-5.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,572	15,698	18,252	17,208	19,517	17,051	-10.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,950	60,880	59,512	64,150	61,792	63,597	-3.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
3,204	4,055	4,289	3,725	3,908	4,613	+8.5	Fourrures	4
25,460	25,366	25,267	25,859	26,735	26,657	+0.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,361	18,810	16,579	18,079	19,319	18,917	-4.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
22,152	19,918	18,924	19,544	19,986	20,799	-2.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,907	11,917	12,133	11,893	11,576	11,708	-3.2	Sous-vêtements	8
1,996	2,458	2,269	2,049	1,752	1,818	+23.0	Chapeaux	9
11,083	10,974	10,676	10,774	11,246	11,377	-0.7	Bas pour dames et fillettes	10
17,176	17,287	17,510	18,614	19,901	19,019	-6.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
27,859	25,971	25,695	26,056	29,385	25,681	-1.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,490	43,572	41,605	42,019	43,860	43,498	-0.4	Vêtements pour hommes	13
53,903	54,171	52,803	52,486	54,028	54,008	+4.0	Articles d'habillement pour hommes	14
14,569	15,731	13,992	14,834	15,246	15,186	+6.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,471	17,654	17,510	17,302	18,267	17,704	+3.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
59,093	60,827	61,387	61,128	62,224	63,616	+0.8	Produits alimentaires et connexes	17
58,637	59,612	59,091	60,876	62,526	63,148	+1.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,615	12,959	11,819	12,270	12,068	12,553	-1.8	Appareils et fournitures photographiques	19
3,733	3,595	3,582	3,517	3,495	3,006	+4.6	Tissus à la pièce	20
30,209	32,806	31,211	32,497	34,401	33,955	+6.5	Literie et linge de maison	21
8,872	8,843	8,761	8,110	8,457	8,524	+3.2	Menus articles	22
13,000	13,225	14,158	11,954	13,880	14,746	-14.4	Porcelaine et verrerie	23
13,463	14,090	14,092	13,997	15,860	14,842	-4.6	Revêtements de plancher	24
15,008	15,198	15,152	15,306	14,985	15,654	-1.5	Tentures, rideaux et housses	25
8,434	8,852	8,668	8,836	8,537	8,630	+2.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,152	47,090	51,117	52,833	51,833	51,774	+0.2	Meubles	27
45,972	47,577	48,378	49,494	52,515	54,094	-8.1	Gros appareils ménagers	28
40,406	51,221	43,744	42,577	42,651	44,254	+2.6	Téléviseurs, radios et musique	29
36,005	38,634	37,578	36,956	38,920	39,167	-9.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
35,345	32,938	32,288	31,273	35,696	39,446	-8.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,771	9,349	9,856	9,651	10,381	10,753	-1.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,492	24,772	24,610	25,065	26,810	27,080	+0.4	Bijouterie	33
31,140	32,291	30,864	29,408	28,731	28,026	+1.8	Jouets et jeux	34
26,282	26,641	27,003	27,499	27,755	27,202	+2.7	Articles de sport et valises	35
29,876	32,471	32,304	29,527	32,173	31,720	+4.2	Papeterie, livres et revues	36
14,715	13,799	16,215	16,224	18,738	15,678	--	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,770	22,178	22,224	22,518	22,478	22,585	+0.1	Repas et casse-croûtes	38
12,561	12,366	12,198	12,285	12,217	12,233	-1.7	Services et travaux de réparation	39
36,365	36,764	33,803	33,730	33,245	34,397	+2.6	Tous autres rayons	40
998,366	1,020,045	1,004,821	1,010,676	1,046,907	1,047,381	-0.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	7,739	7,690	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545
2	Prince Edward Island	4,414	4,090	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837
3	Nova Scotia	20,687	19,719	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991
4	New Brunswick	14,027	13,376	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529
5	Quebec	141,451	128,727	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088
6	Ontario	280,271	251,936	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864
7	Manitoba	37,075	34,188	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723
8	Saskatchewan	23,265	21,597	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559
9	Alberta	108,661	101,116	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766
10	British Columbia	125,123	113,579	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	762,710	696,018	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	42,103	39,564	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784
2	Edmonton	48,515	45,380	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206
3	Halifax-Dartmouth	11,946	11,377	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965
4	Hamilton	20,349	17,749	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478
5	Montréal	83,089	77,091	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375
6	Ottawa-Hull	33,498	29,087	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575
7	Quebec City	19,863	16,651	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955
8	Toronto	113,364	105,795	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949
9	Vancouver	76,486	69,723	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774
10	Winnipeg	33,823	31,090	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Province	Nº
July	August	September	October	November	December	Variation février 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,794	12,654	11,290	13,196	17,763	24,101	+8.4	Terre-Neuve	1
6,595	6,559	5,012	6,301	7,623	10,898	+6.2	Île-du-Prince-Édouard	2
28,983	32,191	29,139	33,547	47,747	63,291	+5.2	Nouvelle-Écosse	3
18,852	21,391	19,570	21,996	31,639	41,353	+3.7	Nouveau-Brunswick	4
164,993	190,292	179,505	200,483	246,196	331,003	+6.3	Québec	5
322,440	357,963	350,990	387,148	532,619	713,092	+9.2	Ontario	6
45,315	50,957	50,634	50,329	66,545	89,379	+3.4	Manitoba	7
28,281	31,460	30,531	30,529	43,466	56,369	+3.3	Saskatchewan	8
115,381	129,117	134,799	135,332	173,073	234,218	+10.2	Alberta	9
134,021	147,360	153,372	153,392	193,506	271,713	+6.1	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
875,654	979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,835,418	+7.6	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	Nº
July	August	September	October	November	December	Variation février 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
44,364	49,407	52,048	52,006	66,852	90,368	+11.1	Calgary	1
51,338	58,667	60,521	60,647	77,616	104,187	+11.0	Edmonton	2
16,045	17,632	16,888	19,767	28,243	34,926	+5.9	Halifax-Dartmouth	3
23,652	23,643	26,562	28,036	38,565	56,971	+6.7	Hamilton	4
93,809	112,176	108,016	119,668	147,293	199,524	+5.6	Montréal	5
38,505	42,826	42,893	45,364	62,052	80,619	+4.3	Ottawa-Hull	6
24,004	25,914	25,481	27,125	33,229	41,609	+1.1	Ville de Québec	7
124,716	141,675	146,586	159,329	219,175	290,645	+11.3	Toronto	8
77,798	84,663	93,003	91,465	116,116	160,927	+8.3	Vancouver	9
41,069	45,816	45,929	45,427	60,143	80,027	+3.7	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,325	7,077	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	78,546	70,627	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397
6	Ontario	172,555	151,953	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764
7	Manitoba	24,928	22,260	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	83,672	76,206	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065
10	British Columbia	99,479	88,703	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	488,805	436,643	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	33,796	31,191	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846
2	Edmonton	38,254	34,938	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,657	12,642	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292
5	Montréal	53,097	50,333	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021
6	Ottawa-Hull	21,293	17,233	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	83,207	77,457	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228
9	Vancouver	67,141	60,663	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Province	
July	August	September	October	November	December	Variation février 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars - milliers de dollars								N ^o
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
9,723	10,414	10,693	11,856	17,170	20,974	+7.8	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
91,020	105,825	105,573	116,977	149,089	184,733	+4.3	Québec	5
190,466	209,078	222,536	236,110	330,539	426,447	+9.8	Ontario	6
28,534	31,337	35,158	32,074	44,075	57,022	+3.1	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
83,289	92,665	101,277	100,170	129,972	173,191	+9.5	Alberta	9
102,606	111,154	120,883	117,901	150,019	207,433	+3.0	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
532,232	588,786	626,857	645,607	864,651	1,125,187	+6.7	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	
July	August	September	October	November	December	Variation février		N ^O
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	1986/1985		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
33,254	37,123	40,637	39,969	52,838	71,199	+11.8	Calgary	1
37,973	43,262	46,285	45,942	59,749	78,666	+11.3	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
17,339	16,371	20,050	20,204	28,026	40,840	+3.5	Hamilton	4
59,876	73,296	73,677	81,179	104,072	129,390	+7.0	Montréal	5
23,847	25,790	27,610	28,242	39,195	48,845	+3.0	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
88,056	101,788	110,797	116,992	162,773	209,973	+12.2	Toronto	8
66,687	72,460	81,316	78,719	100,456	138,020	+8.2	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	13,362	12,643	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	62,905	58,100	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691
6	Ontario	107,716	99,983	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100
7	Manitoba	12,147	11,927	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	24,988	24,910	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701
10	British Columbia	25,644	24,876	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	273,906	259,375	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	8,307	8,373	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938
2	Edmonton	10,261	10,443	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	5,692	5,107	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186
5	Montréal	29,991	26,759	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354
6	Ottawa-Hull	12,206	11,854	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	30,157	28,337	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721
9	Vancouver	9,345	9,060	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Province	N ^o
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Variation février 1986/1985		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
19,260	21,777	18,446	21,691	30,577	42,317	+3.9	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,973	84,468	73,933	83,507	97,107	146,269	+8.9	Québec	5
131,974	148,885	128,454	151,038	202,080	286,645	+8.4	Ontario	6
16,781	19,620	15,476	18,255	22,470	32,357	+3.9	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
32,091	36,453	33,523	35,162	43,101	61,027	+12.4	Alberta	9
31,415	36,206	32,489	35,491	43,487	64,280	+19.2	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
343,422	391,160	337,985	386,646	495,526	710,230	+9.0	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985						Change February 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	
July	August	September	October	November	December	Variation février 1986/1985		N°
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars - milliers de dollars								
11,110	12,284	11,411	12,037	14,014	19,169	+8.6	Calgary	1
13,365	15,405	14,236	14,705	17,867	25,522	+9.8	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
6,313	7,272	6,512	7,831	10,539	16,131	+15.5	Hamilton	4
33,933	38,879	34,339	38,489	43,221	70,134	+3.0	Montréal	5
14,658	17,036	15,284	17,122	22,857	31,774	+6.3	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
36,659	39,887	35,789	42,337	56,403	80,672	+8.7	Toronto	8
11,112	12,203	11,687	12,746	15,660	22,906	+8.9	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

		1986		1985			
Province		January	February	February	March	April	May
	No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	13	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	34	34	33	33	34	34
4	New Brunswick	26	26	27	27	27	27
5	Quebec	163	159	163	163	163	163
6	Ontario	305	304	297	297	297	297
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	31	31	32	32	32	32
9	Alberta	81	81	81	81	81	81
10	British Columbia	101	100	101	101	101	102
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	800	793	793	793	794	795

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986		1985			
		January	February	February	March	April	May
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
number - nombre							
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	34	34	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	15	15	14	14	14	15
4	Hamilton	25	25	24	24	24	25
5	Montréal	75	75	76	76	76	76
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7	Quebec City	22	22	22	22	22	22
8	Toronto	95	94	88	88	88	88
9	Vancouver	42	42	41	41	41	42
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985								
Juin	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								Nº
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	34	34	34	Nouvelle-Écosse	3
27	26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
163	162	163	163	163	163	163	Québec	5
297	298	301	304	304	305	305	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
81	80	80	81	81	81	81	Alberta	9
102	101	101	101	101	101	101	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
795	792	796	800	800	801	801	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province	1986		1985			
	January	February	February	March	April	May
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
	number - nombre					
No.						
1 Newfoundland	6	5	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	54	50	55	55	55	54
6 Ontario	116	115	109	109	109	109
7 Manitoba	17	17	18	18	18	17
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15
9 Alberta	45	45	46	46	46	45
10 British Columbia	52	51	59	59	59	53
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	318	311	322	322	322	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986		1985			
	January	February	February	March	April	May
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
	number - nombre					
No.						
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montréal	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	46	45	40	40	40	40
9 Vancouver	27	27	26	26	26	27
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								Nº
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	54	54	54	Québec	5
109	110	113	116	116	116	116	Ontario	6
17	17	17	17	17	17	17	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
45	44	44	45	45	45	45	Alberta	9
53	52	52	52	52	52	52	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
313	312	315	319	319	319	319	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

No.	Province	1986		1985			
		January	February	February	March	April	May
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	27	27	26	26	27	27
4	New Brunswick	22	22	23	23	23	23
5	Quebec	109	109	108	108	108	109
6	Ontario	189	189	188	188	188	188
7	Manitoba	21	21	20	20	20	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	36	36	35	35	35	36
10	British Columbia	49	49	42	42	42	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	482	482	471	471	472	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986		1985			
		January	February	February	March	April	May
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
number - nombre							
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	9	9	8	8	8	9
4	Hamilton	11	11	10	10	10	11
5	Montréal	45	45	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	49	49	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985							
June	July	August	September	October	November	December	Province
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre							N ^o
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard
27	27	27	27	27	27	27	Nouvelle-Écosse
23	22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick
109	108	109	109	109	109	109	Québec
188	188	188	188	188	189	189	Ontario
21	21	21	21	21	21	21	Manitoba
17	17	17	17	17	17	17	Saskatchewan
36	36	36	36	36	36	36	Alberta
49	49	49	49	49	49	49	Colombie-Britannique
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
482	480	481	481	481	482	482	CANADA

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier - février

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	18,911	20,530	+8.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	25,260	25,872	+2.4
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	71,107	85,745	+20.6
4	Furs - Fourrures	8,661	8,193	-5.4
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	36,627	41,197	+12.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	18,492	20,674	+11.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	23,916	25,224	+5.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	16,995	18,629	+9.6
9	Millinery - Chapeaux	2,627	1,818	-30.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	16,142	16,767	+3.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	19,351	20,104	+3.9
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	29,648	33,580	+13.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	46,434	48,231	+3.9
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	52,609	62,110	+18.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	15,095	17,688	+17.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	19,853	20,817	+4.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	113,701	120,986	+6.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	87,932	95,846	+9.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	15,829	16,388	+3.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	5,936	5,887	-0.8
21	Linens and domestics - Lingerie et linge de maison	49,442	51,995	+5.2
22	Smallwares and notions - Menus articles	16,648	14,019	-15.8
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	15,833	18,139	+14.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	17,984	24,980	+38.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	19,664	22,303	+13.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	10,350	12,725	+22.9
27	Furniture - Meubles	75,620	90,363	+19.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	72,179	80,401	+11.4
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	61,909	71,517	+15.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	51,549	53,749	+4.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	37,423	39,534	+5.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	12,624	14,192	+12.4
33	Jewellery - Bijouterie	23,142	27,698	+19.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	25,588	25,590	--
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	34,970	31,762	-9.2
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	43,510	47,741	+9.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	21,930	20,488	-6.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	36,983	35,794	-3.2
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	20,009	21,948	+9.7
40	All other departments - Tous autres rayons	46,690	47,504	+1.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,339,173	1,458,728	+8.9

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986

Janvier - février

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	14,048	15,429	+9.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	7,926	8,504	+7.3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	37,370	40,406	+8.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	26,170	27,403	+4.7
Québec	251,503	270,178	+7.4
Ontario	479,291	532,207	+11.0
Manitoba	67,482	71,263	+5.6
Saskatchewan	43,043	44,862	+4.2
Alberta	189,679	209,777	+10.6
British Columbia - Colombie-Britannique	222,660	238,702	+7.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	-	-	-
CANADA	1,339,173	1,458,728	+8.9

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - février

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	73,314	81,667	+11.4
Edmonton	85,039	93,895	+10.4
Halifax-Dartmouth	21,873	23,323	+6.6
Hamilton	36,121	38,098	+5.5
Montréal	151,834	160,180	+5.5
Ottawa-Hull	58,540	62,585	+6.9
Quebec City - Ville de Québec	34,893	36,514	+4.6
Toronto	194,643	219,159	+12.6
Vancouver	134,606	146,209	+8.6
Winnipeg	61,322	64,913	+5.9

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

Janvier - février

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	13,920	14,402	+3.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	143,680	149,173	+3.8
Ontario	292,124	324,508	+11.1
Manitoba	45,033	47,188	+4.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	146,082	159,878	+9.4
British Columbia - Colombie-Britannique	181,295	188,182	+3.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	-	-	-
CANADA	862,854	925,448	+7.3

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - février

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	57,954	64,987	+12.1
Edmonton	66,568	73,192	+10.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	27,086	27,299	+0.8
Montréal	99,016	103,430	+4.5
Ottawa-Hull	36,488	38,526	+5.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	141,436	160,664	+13.6
Vancouver	118,126	127,804	+8.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

Janvier - février

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	23,450	26,005	+10.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	107,823	121,005	+12.2
Ontario	187,167	207,699	+11.0
Manitoba	22,449	24,074	+7.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	43,596	49,898	+14.5
British Columbia - Colombie-Britannique	41,365	50,520	+22.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	-	-	-
CANADA	476,319	533,281	+12.0

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - February

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - février

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	15,362	16,680	+8.6
Edmonton	18,472	20,704	+12.1
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	9,035	10,799	+19.5
Montréal	52,818	56,750	+7.4
Ottawa-Hull	22,052	24,060	+9.1
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	53,206	58,494	+9.9
Vancouver	16,481	18,405	+11.7
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986
 TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Distri- bution	Sales	Distri- bution	Sales	Distri- bution
	Ventes		Ventes		Ventes	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,032,253	100.0	645,607	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,360,177	100.0	864,651	63.6	495,526	36.4
December - Décembre	1,835,418	100.0	1,125,187	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,056,726	100.0	7,484,334	62.1	4,572,393	37.9
1986:						
January - Janvier	762,710	100.0	488,805	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,018	100.0	436,643	62.7	259,375	37.3
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986

February

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986

Février

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.1	5.1	5.1	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	10.9	11.5	11.6	+0.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.8	6.5	6.2	-4.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.9	6.5	6.0	-7.7
Québec	6.2	5.8	5.6	-3.4
Ontario	7.9	7.4	7.4	-
Manitoba	10.9	9.9	9.4	-5.1
Saskatchewan	7.0	6.7	6.5	-3.0
Alberta	11.5	10.6	10.3	-2.8
British Columbia - Colombie-Britannique	12.1	11.4	11.2	-1.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	9.4
CANADA	8.3	7.8	7.6	-2.6
Montréal	7.7	7.2	7.0	-2.8
Toronto	8.5	8.1	8.1	-
Winnipeg	14.8	13.6	13.0	-4.4
Vancouver	13.8	13.4	13.5	+0.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985						
		January	February	February	March	April	May	June	July	
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
		thousands of dollars								
		milliers de dollars								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	51,942	57,748	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	
2	Women's and misses' coats and suits	71,203	90,399	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	
3	Women's and misses' sportswear	217,708	242,184	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	
4	Furs	31,554	33,608	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	85,034	103,002	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	
6	Girls' and teenage girls' wear	50,119	68,292	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	
7	Lingerie and women's sleepwear	53,321	55,425	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	
8	Intimate apparel	52,065	49,647	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	
9	Millinery	2,773	3,558	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	
10	Women's and girls' hosiery	42,819	43,921	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	65,353	67,554	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	
12	Women's, misses' and children's footwear	117,339	128,834	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	
13	Men's clothing	141,312	185,660	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	
14	Men's furnishings	169,323	184,863	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	
15	Boys' clothing and furnishings	48,787	58,455	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	
16	Men's and boys' footwear	81,976	84,288	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	
17	Food and kindred products	44,211	48,508	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	317,203	267,877	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	
19	Photographic equipment and supplies	50,218	43,365	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	
20	Piece goods	13,456	14,355	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	
21	Linens and domestics	158,059	168,647	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	
22	Smallwares and notions	43,249	42,861	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	
23	China and glassware	87,640	88,469	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	
24	Floor coverings	69,890	66,791	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	73,694	71,345	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	58,910	64,446	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	
27	Furniture	166,344	173,660	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	
28	Major appliances	73,897	77,590	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	
29	Television, radio and music	146,689	153,043	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	
30	Housewares and small electrical appliances	177,446	170,377	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	148,121	155,246	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	
32	Plumbing, heating and building materials	30,196	28,849	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	
33	Jewellery	156,301	155,593	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	
34	Toys and games	113,780	112,192	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	
35	Sporting goods and luggage	113,804	120,940	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	
36	Stationery, books and magazines	137,012	126,722	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	57,211	53,170	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	
38	Meals and lunches	782	616	539	654	646	597	423	569	
39	Repairs and services	2,728	2,023	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	
40	All other departments	56,845	58,604	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,580,314	3,722,727	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	February/ January 1986	February 1986/1985		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1986	Février 1986/1985		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
50,520	50,641	69,861	72,851	59,665	+11.2	+31.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
82,262	90,837	108,419	92,534	71,080	+27.0	+38.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
152,682	153,876	192,415	223,975	174,206	+11.2	+60.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
37,360	42,135	44,711	46,126	30,921	+6.5	+71.0	Fourrures	4
88,047	80,233	111,620	103,368	97,832	+21.1	+51.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
55,065	51,635	62,584	62,530	43,250	+36.3	+33.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
47,129	50,512	76,674	91,101	53,405	+3.9	+30.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
45,661	40,634	52,308	54,996	50,743	-4.6	+19.7	Sous-vêtements	8
6,039	7,309	14,405	5,925	6,332	+28.3	+4.1	Chapeaux	9
40,429	39,576	42,069	47,889	41,233	+2.6	+26.1	Bas pour dames et fillettes	10
60,155	68,465	99,915	106,895	70,769	+3.4	+39.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,102	110,052	125,503	111,217	112,413	+9.8	+29.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
206,692	188,030	228,547	224,633	181,843	+31.4	+18.6	Vêtements pour hommes	13
155,033	168,183	218,546	238,300	159,863	+9.2	+27.4	Articles d'habillement pour hommes	14
42,024	49,453	71,037	59,239	47,733	+19.8	+28.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,167	79,976	96,903	90,461	74,894	+2.8	+46.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	46,549	49,125	28,629	+9.7	+37.2	Produits alimentaires et connexes	17
242,973	230,119	353,752	389,431	270,238	-15.6	+28.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
49,928	44,255	60,694	58,728	44,368	-13.6	-2.6	Appareils et fournitures photographiques	19
18,215	17,663	23,380	20,439	15,135	+6.7	-14.9	Issus à la pièce	20
129,658	128,387	149,235	164,587	168,851	+6.7	+31.9	Literie et linge de maison	21
49,133	40,914	49,864	46,765	53,625	-0.9	+19.5	Menus articles	22
81,931	78,364	88,028	106,895	109,744	+0.9	+18.4	Porcelaine et verrerie	23
55,176	50,390	58,015	57,243	73,666	-4.4	+39.9	Revêtements de plancher	24
68,186	64,527	71,948	69,741	71,332	-3.2	+17.6	Tentures, rideaux et housses	25
66,253	65,483	78,858	73,652	53,307	+9.4	+21.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
152,710	142,538	164,063	148,769	186,126	+4.4	+19.1	Meubles	27
63,275	60,490	73,840	74,599	71,990	+5.0	+6.8	Gros appareils ménagers	28
140,840	121,105	155,876	167,960	148,223	+4.3	+19.4	Téléviseurs, radios et musique	29
166,287	162,028	188,480	222,288	150,769	-4.0	+12.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
163,188	152,176	185,927	176,493	159,850	+4.8	+28.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
26,308	24,350	28,404	29,796	39,314	-4.5	+32.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
121,103	118,100	163,565	180,425	135,594	-0.5	+60.6	Bijouterie	33
199,802	194,485	260,061	194,733	98,578	-1.4	+2.2	Jouets et jeux	34
138,586	127,607	167,978	153,589	129,702	+6.3	+9.3	Articles de sport et valises	35
139,433	144,200	160,820	187,263	128,222	-7.5	+1.0	Papeterie, livres et revues	36
51,032	47,809	63,124	54,023	74,883	-7.1	+5.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	268	378	341	-21.2	+14.3	Repas et casse-croûtes	38
6,178	3,752	2,588	2,365	2,651	-25.8	-63.7	Services et travaux de réparation	39
67,797	64,673	77,888	71,478	45,282	+3.1	+15.0	Tous autres rayons	40
3,481,802	3,392,756	4,288,722	4,332,805	3,536,602	+4.0	+25.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985				
		January ^F	February ^P	February	March	April	May	June
		Janvier ^F	Février ^P	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	63,315	64,706	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804
2	Women's and misses' coats and suits	89,872	94,330	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138
3	Women's and misses' sportswear	255,654	255,352	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948
4	Furs	34,532	41,275	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	105,313	120,857	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837
6	Girls' and teenage girls' wear	67,666	71,038	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963
7	Lingerie and women's sleepwear	62,943	65,335	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747
8	Intimate apparel	48,953	51,229	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973
9	Millinery	2,941	4,129	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284
10	Women's and girls' hosiery	45,727	46,835	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	73,524	75,118	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868
12	Women's, misses' and children's footwear	135,108	136,061	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164
13	Men's clothing	194,995	208,941	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025
14	Men's furnishings	199,422	207,670	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701
15	Boys' clothing and furnishings	54,872	58,295	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683
16	Men's and boys' footwear	92,796	94,949	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377
17	Food and kindred products(1)	44,211	48,508	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444
18	Toiletries, cosmetics and drugs	290,647	297,511	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552
19	Photographic equipment and supplies	50,740	49,312	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651
20	Piece goods	16,232	16,644	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015
21	Linens and domestics	167,862	171,647	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496
22	Smallwares and notions	48,841	49,872	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782
23	China and glassware	99,886	94,440	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038
24	Floor coverings	69,362	69,989	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578
25	Draperies, curtains and furniture coverings	72,993	75,334	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	65,594	70,800	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679
27	Furniture	176,473	182,402	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418
28	Major appliances	74,075	74,343	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859
29	Television, radio and music	157,475	168,629	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470
30	Housewares and small electrical appliances	179,357	184,795	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	169,756	175,425	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007
32	Plumbing, heating and building materials	30,904	32,096	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356
33	Jewellery	159,700	168,652	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469
34	Toys and games	143,361	149,391	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239
35	Sporting goods and luggage	141,164	147,081	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131
36	Stationery, books and magazines	149,658	148,867	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	58,533	58,537	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737
38	Meals and lunches(1)	782	616	539	654	646	597	423
39	Repairs and services	2,790	2,342	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356
40	All other departments	67,690	73,313	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,965,710	4,106,657	3,348,301(2) ^F	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

(2) Seasonally adjusted data on Total all departments monthly stocks have been revised for 1983 and 1984. Revised data can be obtained from Retail Trade Section or CANSIM.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Change February/January 1986	Rayon	No
July	August	September	October	November	December	Variation février/janvier 1986		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,587	52,910	53,780	59,865	63,690	67,101	+2.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,098	66,085	63,254	71,604	76,019	83,823	+5.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,604	150,561	154,419	166,927	186,824	205,737	-0.1	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,341	36,541	35,861	34,815	37,463	30,001	+19.5	Fourrures	4
83,217	84,597	79,789	92,836	97,526	99,815	+14.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
53,822	52,466	49,739	53,998	55,686	58,239	+5.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,621	49,506	53,387	60,641	60,212	61,604	+3.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
45,838	47,790	47,930	48,988	47,990	48,283	+4.6	Sous-vêtements	8
3,192	6,060	6,867	11,125	3,233	4,393	+40.4	Chapeaux	9
37,376	38,644	39,951	39,064	41,762	42,556	+2.4	Bas pour dames et fillettes	10
59,418	63,814	68,711	76,046	73,677	75,129	+2.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,246	107,605	111,268	115,134	110,517	122,967	+0.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,321	178,337	179,303	185,254	184,474	191,025	+7.2	Vêtements pour hommes	13
161,967	158,800	165,368	171,297	182,423	189,493	+4.1	Articles d'habillement pour hommes	14
49,567	46,964	50,894	55,225	53,886	55,495	+6.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,557	74,940	81,220	82,663	82,324	83,686	+2.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
33,120	32,166	37,354	46,549	49,125	28,629	+9.7	Produits alimentaires et connexes(1)	17
251,117	256,792	260,717	299,066	306,297	288,183	+2.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
51,051	50,661	48,357	49,980	52,022	51,255	-2.8	Appareils et fournitures photographiques	19
18,281	17,283	18,749	19,761	18,409	14,709	+2.5	Tissus à la pièce	20
138,361	138,408	144,543	150,653	152,434	159,068	+2.3	Literie et linge de maison	21
44,211	46,554	44,483	47,681	47,973	49,693	+2.1	Menus articles	22
78,804	80,222	82,589	84,220	93,151	95,747	-5.5	Porcelaine et verrerie	23
50,865	53,469	55,916	58,067	61,247	66,292	+0.9	Revêtements de plancher	24
70,221	69,000	68,512	69,323	68,048	69,305	+3.2	Tentures, rideaux et housses	25
64,143	63,865	65,594	65,630	63,968	61,940	+7.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
154,555	162,252	154,056	154,812	156,687	162,767	+5.4	Meubles	27
73,160	70,844	69,879	71,074	67,402	67,210	+0.4	Gros appareils ménagers	28
138,443	142,261	134,827	140,894	143,486	148,109	+7.1	Téléviseurs, radios et musique	29
166,042	166,240	168,602	179,883	187,666	170,055	+3.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
156,333	157,855	163,393	173,132	172,428	164,475	+3.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,930	27,538	26,054	27,530	28,046	29,881	+3.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
115,568	122,425	127,046	139,971	141,988	145,151	+5.6	Bijouterie	33
193,575	190,910	165,059	168,316	148,350	147,933	+4.2	Jouets et jeux	34
140,845	148,945	136,063	138,553	137,695	141,363	+4.2	Articles de sport et valises	35
131,677	136,286	142,017	143,803	149,947	147,730	-0.5	Papeterie, livres et revues	36
52,769	52,472	51,711	56,534	54,338	61,363	--	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
569	277	440	268	378	341	-21.2	Repas et casse-croûtes(1)	38
6,404	5,905	3,752	2,588	2,471	2,894	-16.1	Services et travaux de réparation	39
62,412	71,232	67,441	61,543	57,099	54,909	+8.3	Tous autres rayons	40
3,439,213	3,479,467	3,478,881	3,675,298	3,718,351	3,748,335	+3.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

(2) Les données désaisonnalisées sur les stocks mensuels pour le total, tous rayons ont été révisées pour 1983 et 1984. Les données révisées peuvent être obtenues auprès de la Section du commerce de détail ou de CANSIM.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.19	5.49	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27
2	Women's and misses' coats and suits	4.89	8.00	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48
3	Women's and misses' sportswear	5.26	5.46	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47
4	Furs	6.27	10.62	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.04	5.12	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55
6	Girls' and teenage girls' wear	5.02	6.39	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41
7	Lingerie and women's sleepwear	4.21	4.42	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68
8	Intimate apparel	5.14	5.84	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75
9	Millinery	2.79	4.31	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27
10	Women's and girls' hosiery	4.78	5.62	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.90	7.48	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6.82	7.87	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30
13	Men's clothing	5.72	7.90	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84
14	Men's furnishings	5.53	5.87	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72
15	Boys' clothing and furnishings	5.67	6.44	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73
16	Men's and boys' footwear	7.77	8.21	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81
17	Food and kindred products	0.79	0.75	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	6.61	5.60	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45
19	Photographic equipment and supplies	5.57	5.88	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86
20	Piece goods	4.83	4.63	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34
21	Linens and domestics	4.86	8.67	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92
22	Smallwares and notions	5.56	6.87	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88
23	China and glassware	8.79	10.84	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30
24	Floor coverings	5.25	5.72	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.40	6.62	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.52	11.09	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77
27	Furniture	3.28	4.39	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03
28	Major appliances	1.57	2.33	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54
29	Television, radio and music	3.77	4.69	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30
30	Housewares and small electrical appliances	6.29	6.67	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.83	8.69	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31
32	Plumbing, heating and building materials	3.90	4.47	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88
33	Jewellery	11.94	10.65	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34
34	Toys and games	9.33	8.38	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09
35	Sporting goods and luggage	6.56	8.38	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42
36	Stationery, books and magazines	5.77	5.28	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.17	5.64	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48
38	Meals and lunches	0.04	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.23	0.20	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54
40	All other departments	2.30	2.58	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.59	5.27	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.02	2.83	3.02	3.83	3.33	2.34	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
10.13	5.07	4.19	3.88	2.72	3.09	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.78	2.51	2.22	2.85	3.14	1.95	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
29.10	15.28	10.69	7.46	4.91	2.84	Fourrures	4
4.27	3.09	3.10	3.87	3.23	2.45	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.70	1.83	3.02	3.74	2.51	1.59	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.51	2.93	3.04	4.11	3.14	1.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.81	3.20	4.71	4.63	3.24	Sous-vêtements	8
1.90	3.84	3.47	5.16	1.60	1.45	Chapeaux	9
4.88	4.54	3.26	3.50	3.50	2.27	Bas pour dames et fillettes	10
4.82	4.64	3.93	4.89	3.23	1.55	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.91	4.10	3.57	4.02	2.73	3.52	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.65	5.60	4.39	5.24	3.33	2.12	Vêtements pour hommes	13
3.48	3.62	3.53	4.60	2.98	1.21	Articles d'habillement pour hommes	14
5.72	1.69	3.83	4.97	3.04	1.78	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4.84	4.54	4.38	5.54	3.53	2.79	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.52	0.71	0.79	0.63	0.33	Produits alimentaires et connexes	17
4.95	4.52	4.65	6.10	5.13	1.94	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.17	3.58	4.29	5.52	4.04	1.58	Appareils et fournitures photographiques	19
5.68	4.91	4.54	5.53	4.55	5.27	Tissus à la pièce	20
4.32	3.78	3.83	4.58	4.21	3.17	Literie et linge de maison	21
6.55	6.49	3.93	5.45	4.52	4.21	Menus articles	22
7.41	7.94	6.28	8.29	5.22	2.83	Porcelaine et verrerie	23
3.70	4.03	3.53	3.41	2.78	5.14	Revêtements de plancher	24
4.33	4.48	4.26	4.31	3.94	3.97	Tentures, rideaux et housses	25
8.71	8.25	8.10	8.70	5.88	2.82	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
2.87	3.33	2.84	2.83	2.72	3.78	Meubles	27
1.31	1.31	1.21	1.34	1.24	1.14	Gros appareils ménagers	28
3.94	2.94	2.46	3.46	3.00	1.68	Téléviseurs, radios et musique	29
5.14	4.56	4.88	5.14	4.35	1.78	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
4.50	5.30	5.79	5.86	4.55	3.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.29	2.83	2.69	2.65	2.64	3.16	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.18	6.11	5.26	7.86	4.93	1.73	Bijouterie	33
9.07	9.37	9.98	8.45	3.06	1.07	Jouets et jeux	34
4.57	5.53	5.97	8.06	5.26	2.61	Articles de sport et valises	35
6.25	3.89	4.33	6.76	4.21	1.77	Papeterie, livres et revues	36
3.49	3.80	3.56	3.18	2.15	3.52	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.59	0.55	0.34	0.19	0.14	0.17	Services et travaux de réparation	39
1.69	1.95	2.36	2.50	2.06	0.79	Tous autres rayons	40
3.73	3.42	3.40	4.03	3.14	1.90	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986		1985				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.19	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39
2	Women's and misses' coats and suits	0.20	0.14	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.21	0.19	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38
4	Furs	0.16	0.10	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.23	0.21	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.18	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.23	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34
8	Intimate apparel	0.20	0.17	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27
9	Millinery	0.22	0.26	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41
10	Women's and girls' hosiery	0.21	0.18	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.16	0.14	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27
12	Women's, misses' and children's footwear	0.15	0.13	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22
13	Men's clothing	0.15	0.14	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24
14	Men's furnishings	0.19	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23
17	Food and kindred products	1.54	1.40	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.16	0.16	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22
19	Photographic equipment and supplies	0.19	0.16	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26
20	Piece goods	0.19	0.22	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16
21	Linens and domestics	0.20	0.12	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20
22	Smallwares and notions	0.16	0.15	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15
23	China and glassware	0.10	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13
24	Floor coverings	0.19	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.15	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.09	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10
27	Furniture	0.29	0.23	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33
28	Major appliances	0.65	0.44	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64
29	Television, radio and music	0.26	0.22	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.17	0.15	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.14	0.12	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.22	0.22	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37
33	Jewellery	0.09	0.09	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18
34	Toys and games	0.11	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13
35	Sporting goods and luggage	0.14	0.12	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22
36	Stationery, books and magazines	0.18	0.18	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.17	0.17	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.52	24.28	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95
39	Repairs and services	4.36	4.30	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90
40	All other departments	0.48	0.39	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.19	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985						Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.36	0.35	0.33	0.30	0.31	0.39	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.12	0.21	0.25	0.28	0.34	0.28	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.41	0.45	0.39	0.34	0.45	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.04	0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	Fourrures	4
0.25	0.31	0.31	0.30	0.30	0.40	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.50	0.32	0.29	0.40	0.51	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.40	0.35	0.34	0.29	0.35	0.69	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.26	0.27	0.29	0.24	0.22	0.30	Sous-vêtements	8
0.49	0.38	0.32	0.26	0.36	0.71	Chapeaux	9
0.21	0.24	0.30	0.29	0.30	0.41	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.23	0.27	0.24	0.32	0.51	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.25	0.28	0.26	0.34	0.29	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.20	0.22	0.21	0.30	0.42	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.28	0.29	0.25	0.35	0.66	Articles d'habillement pour hommes	14
0.20	0.47	0.28	0.24	0.30	0.50	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.21	0.22	0.24	0.20	0.27	0.32	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.55	1.90	1.50	1.41	1.62	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.21	0.22	0.21	0.20	0.20	0.42	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.28	0.22	0.21	0.24	0.54	Appareils et fournitures photographiques	19
0.16	0.21	0.22	0.21	0.21	0.16	Tissus à la pièce	20
0.23	0.26	0.26	0.23	0.25	0.32	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	Menus articles	22
0.14	0.13	0.16	0.13	0.21	0.36	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.25	0.27	0.31	0.36	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.22	0.23	0.24	0.25	0.25	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.12	0.13	0.16	0.30	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.35	0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	Meubles	27
0.76	0.73	0.80	0.82	0.81	0.86	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.35	0.38	0.33	0.35	0.56	Téléviseurs, radios et musique	29
0.19	0.22	0.20	0.21	0.25	0.45	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.21	0.19	0.17	0.19	0.21	0.30	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.35	0.36	0.41	0.39	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.16	0.17	0.19	0.15	0.21	0.50	Bijouterie	33
0.12	0.11	0.10	0.14	0.28	0.63	Jouets et jeux	34
0.21	0.18	0.16	0.14	0.18	0.35	Articles de sport et valises	35
0.16	0.25	0.24	0.16	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.28	0.27	0.27	0.36	0.43	0.33	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
48.36	52.59	57.36	64.23	81.46	92.66	Repas et casse-croûtes	38
1.71	1.78	2.22	4.23	6.69	6.06	Services et travaux de réparation	39
0.54	0.56	0.41	0.44	0.46	0.98	Tous autres rayons	40
0.26	0.29	0.28	0.27	0.32	0.47	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,511	2,120,562	-4.3	+11.7
March - Mars	1,695,173	1,884,093			
April - Avril	1,709,386	1,897,041			
May - Mai	1,708,247	1,897,723			
June - Juin	1,719,376	1,887,639			
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,254			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,716.0	1,888.0	2,099.0 ^F	+0.1 ^F	+11.2 ^F
February - Février	1,658.0	1,902.0	2,119.0 ^P	+1.0 ^P	+11.4 ^P
March - Mars	1,721.0	1,911.0			
April - Avril	1,733.0	1,921.0			
May - Mai	1,741.0	1,932.0			
June - Juin	1,766.0	1,941.0			
July - Juillet	1,779.0	1,969.0			
August - Août	1,789.0	1,999.0			
September - Septembre	1,801.0	2,016.0			
October - Octobre	1,825.0	2,040.0			
November - Novembre	1,848.0	2,081.0			
December - Décembre	1,900.0	2,097.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
1984:					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
1985:					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre	224.0	1,032,253	+7.9	460,827	+5.9
November - Novembre	225.4	1,360,177	+8.4	603,450	+6.1
December - Décembre	223.5	1,835,418	+7.0	821,216	+4.3
Year - Année	223.7	12,056,726	+5.9	5,390,319	+3.6
1986:					
January - Janvier	223.3 ^r	762,710	+10.2	341,563 ^r	+8.5 ^r
February - Février	229.0	696,018	+7.6	303,938	+3.6
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1986

Department		Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in February	January ^F	February ^P	March(1)
No.		MDC en février	Janvier ^F	Février ^P	Mars(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	54.74	60.99	86.92
2	Women's and misses' coats and suits	8	79.87	68.91	105.88
3	Women's and misses' sportswear	4	61.36	68.04	91.74
4	Furs	12	154.00	89.31	59.90
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	76.01	72.48	87.57
6	Girls' and teenage girls' wear	5	51.58	57.68	98.45
7	Lingerie and women's sleepwear	4	60.39	61.13	74.91
8	Intimate apparel	4	81.52	70.68	94.54
9	Millinery	9	76.81	51.99	57.45
10	Women's and girls' hosiery	4	81.06	71.27	96.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	59.59	52.23	76.22
12	Women's, misses' and children's footwear	6	60.26	57.93	90.68
13	Men's clothing	4	58.87	56.23	85.88
14	Men's furnishings	5	55.47	54.84	74.52
15	Boys' clothing and furnishings	6	56.64	56.05	83.65
16	Men's and boys' footwear	6	60.78	57.23	85.79
17	Food and kindred products	4	87.48	100.33	88.23
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	77.34	75.70	85.02
19	Photographic equipment and supplies	4	70.82	58.97	72.75
20	Piece goods	6	81.36	86.63	105.50
21	Linens and domestics	3	104.38	58.53	77.86
22	Smallwares and notions	4	103.88	80.78	92.04
23	China and glassware	5	62.71	59.98	75.33
24	Floor coverings	5	82.86	76.23	98.82
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	72.34	68.68	90.59
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	75.38	61.73	78.30
27	Furniture	4	94.74	73.68	94.06
28	Major appliances	5	91.31	70.07	86.05
29	Television, radio and music	5	85.14	69.55	86.95
30	Housewares and small electrical appliances	3	72.23	72.06	70.48
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	66.09	59.29	76.60
32	Plumbing, heating and building materials	6	75.81	64.43	74.38
33	Jewellery	3	48.22	53.61	73.05
34	Toys and games	5	41.44	44.72	61.07
35	Sporting goods and luggage	3	68.16	55.25	74.41
36	Stationery, books and magazines	4	72.36	70.17	76.90
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	78.81	67.23	76.28
38	Meals and lunches	3	87.87	79.13	94.71
39	Repairs and services	6	90.65	80.20	95.51
40	All other departments	5	72.85	65.27	83.21
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	72.97	67.19	83.25

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1986

Stocks - Seasonal factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in February	January ^P	February ^P	March(2)		
MDC en février	Janvier ^P	Février ^P	Mars(2)		
3	82.04	90.04	110.74	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
4	79.23	96.69	96.74	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	85.16	95.69	107.57	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	91.38	82.15	85.20	Fourrures	4
4	80.74	85.99	95.30	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
3	74.07	96.99	109.01	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	84.71	85.59	95.56	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	106.36	97.78	99.38	Sous-vêtements	8
5	94.30	86.93	64.92	Chapeaux	9
3	93.64	94.62	102.10	Bas pour dames et fillettes	10
3	88.89	90.73	100.20	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	86.85	95.53	111.75	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	72.47	89.65	98.12	Vêtements pour hommes	13
3	84.91	89.81	97.94	Articles d'habillement pour hommes	14
4	88.91	101.17	100.52	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	88.34	89.56	100.91	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
4	109.14	90.84	95.42	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	98.97	88.72	95.69	Appareils et fournitures photographiques	19
4	82.90	87.02	106.29	Tissus à la pièce	20
3	94.16	99.13	99.88	Literie et linge de maison	21
4	88.55	86.71	88.35	Menus articles	22
3	87.74	94.51	94.74	Porcelaine et verrerie	23
3	100.76	96.28	99.64	Revêtements de plancher	24
3	100.96	95.55	99.61	Tentures, rideaux et housses	25
4	89.81	91.84	96.97	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	94.26	96.06	100.63	Meubles	27
4	99.76	105.30	103.51	Gros appareils ménagers	28
3	93.15	91.57	100.28	Téléviseurs, radios et musique	29
3	98.93	93.02	93.74	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
3	87.26	89.29	99.91	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	97.71	90.69	103.50	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	97.87	93.08	97.49	Bijouterie	33
4	79.37	75.77	81.47	Jouets et jeux	34
4	80.62	82.96	95.03	Articles de sport et valises	35
3	91.55	85.88	88.70	Papeterie, livres et revues	36
5	97.74	91.64	95.93	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
4	97.77	87.15	97.46	Services et travaux de réparation	39
6	83.98	80.65	96.50	Tous autres rayons	40
...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

APPENDICES

Appendix I

DEFINITIONS

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

Appendice I

DÉFINITIONS

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Appendix II

METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Appendice II

MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Appendix III

DATA RELIABILITY

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Appendice III

FIABILITÉ DES DONNÉES

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986

February

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986

Février

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.1	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.8	89.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	47.1	68.4
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	75.0	97.5

Appendix IV

SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canadian Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice IV

DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps (1)". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'étendant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated by the Industry Measures and Analysis Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en décaissant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des mesures et de l'analyse de l'industrie de Statistique Canada, au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986

	1986		1985	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	25	5	26	5
April - Avril	26	4	25	4
May - Mai	26	5	26	4
June - Juin	25	4	25	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	25	5	26	5
September - Septembre	25	4	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	25	5	26	5
December - Décembre	26	4	25	4

Appendix V

DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁽⁵⁾ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from **selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

⁽⁵⁾ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice V

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁽⁵⁾. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

⁽⁵⁾ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

The **stock-sales ratios(6)** are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-stock ratios(7)** are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The **metropolitan areas** are census metropolitan areas.

The **commodity reference list**, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

On obtient les **ratios stocks-ventes(6)** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks(7)** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les **régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La **liste de référence des marchandises**, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les **chiffres révisés** des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

Appendix VI - Appendice VI

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée juillet 1984)
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan(3)
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.
(1) Goudies Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. has been reclassified to the "General Store" trade group as of January 1, 1986.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins intitulés "Magasins généraux" depuis le 1^{er} janvier 1986.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.
60 pages. First Issue, 1974.

Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.



Statistics Canada Statistique Canada

New *Nouveautés*

from Statistics Canada de Statistique Canada

NOW AVAILABLE... / MAINTENANT DISPONIBLES...

■ **Population Projections for Canada, Provinces and Territories, 1984-2006**

This report describes recent, wide-ranging demographic developments, and the issues which they pose to present and future generations. What are the long-term implications of declines in the size of our population; of pronounced increases in the number and proportion of elderly Canadians? The report also projects the size of future consumer markets and annual population changes: births, deaths and net migration.

An invaluable publication for business planners, policy makers, the media, social scientists and members of the public interested in the future of Canada's population.

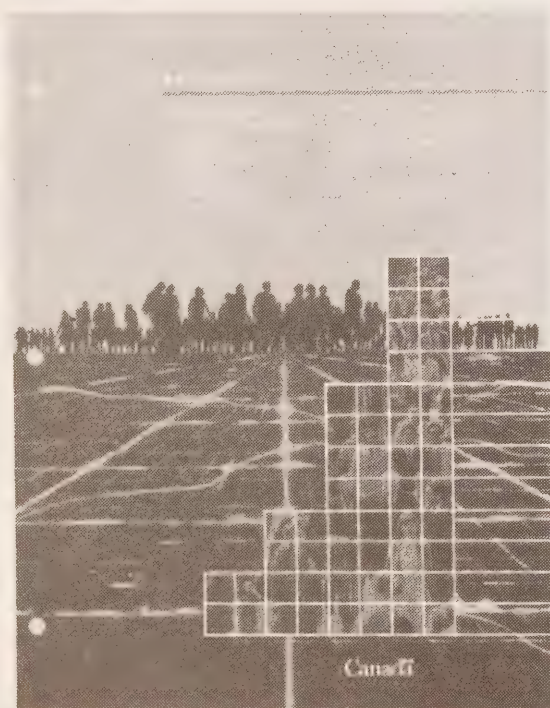
ISBN 0-660-52718-9, Catalogue No. 91-520 (Occasional), 1985, 346 pp, \$40.00 in Canada, \$50.00 elsewhere.

■ **Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1984-2006**

Ce rapport présente les nouvelles réalités démographiques du Canada ainsi que les problèmes actuels et à venir qui y sont liés. Quels effets auront le déclin éventuel de la population et l'augmentation marquée du nombre de personnes âgées. Le rapport présente également des projections et des analyses touchant la taille des marchés futurs, ainsi que des projections sur les variations annuelles de la population: naissances, décès et migration nette.

Ce document constitue un outil précieux pour les planificateurs, les décideurs, les représentants des médias, les spécialistes en sciences sociales et tous ceux intéressés par l'évolution des tendances démographiques au Canada.

ISBN 0-660-52718-9, n° 91-520 au catalogue (hors série), 1985, 346 pages, \$40.00 au Canada, \$50.00 ailleurs.



■ Postcensal Annual Estimates of Population by Marital Status, Age, Sex and Components of Growth for Canada and the Provinces, June 1, 1985, Vol. 3

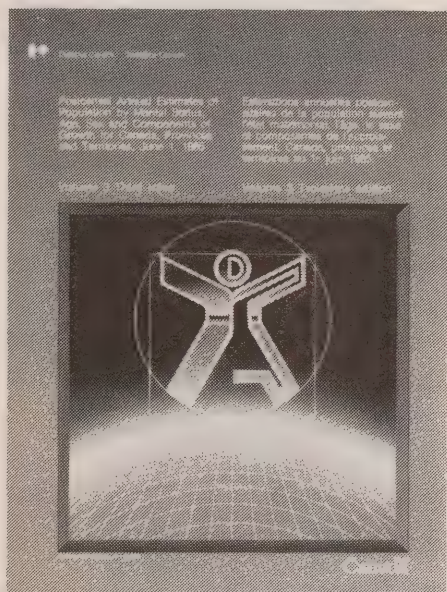
This publication updates the 1981 Census of Population, providing a reliable profile by age, sex and marital status of the Canadian population. It also contains data by age and sex on the various components of population growth: births, deaths, immigration, emigration and interprovincial migration. Data on the number of marriages, divorces and new widowhoods provide an insight into the current structural changes in marital status.

ISSN 0-827-9624, Catalogue No. 91-210 (Annual), 1985, 102 pp, \$22.00 in Canada, \$23.00 elsewhere.

■ Estimations annuelles postcensitaires de la population suivant l'état matrimonial, l'âge, le sexe et composantes de l'accroissement, Canada et provinces au 1^{er} juin 1985, vol. 3

Cette publication met à jour les données du recensement de la population de 1981 et présente un portrait fidèle de la population canadienne, selon l'âge, le sexe et l'état matrimonial. Elle renferme également des données selon l'âge et le sexe des diverses composantes de la croissance démographique: naissances, décès, immigration, émigration et migration interprovinciale. Enfin, le nombre de mariages, de divorces et de nouveaux cas de veuvage donnent un aperçu des changements actuels observés dans la structure de l'état matrimonial.

ISSN 0-827-9624, n° 91-210 au catalogue (annuel), 1985, 102 pages, \$22.00 au Canada, \$23.00 ailleurs.



■ Income Distributions by Size in Canada, 1984

What is the buying power of your market?

This annual report classifies Canadian families into 16 groups, and the data cover income, major source of income, region/province, age and sex of the head of the household, and other characteristics. It includes income by quintiles and the demographic characteristics of low-income families and individuals.

ISSN 0575-8750, Catalogue No. 13-207 (Annual), April 1986, 184 pp, \$38.00 in Canada, \$39.50 elsewhere.

■ Répartition du revenu au Canada selon la taille du revenu, 1984

Déterminez le pouvoir d'achat de vos marchés.

Cette publication classifie les familles canadiennes en 16 groupes, et les données portent sur la taille du revenu, la principale source du revenu, l'âge et le sexe du chef de ménage et d'autres caractéristiques. Elle comprend aussi les parts de revenu par quintile ainsi que les caractéristiques démographiques des familles à faible revenu et des personnes seules.

ISSN 0575-8750, n° 13-207 au catalogue (annuel), avril 1986, 184 pages, \$38.00 au Canada, \$39.50 ailleurs.



MARKETING / COMMERCIALISATION



■ Family Food Expenditure in Canada: Selected Cities, 1984

How much do Canadian families spend on food? What do they eat?

This publication summarizes average weekly food expenditures for families and individuals living in urban areas. Spending is classified by family characteristics. Major summary and selected detailed food expenditures are shown for 17 major cities, providing inter-city comparisons.

This publication is essential to food producers and market analysts, as well as government agencies and social organizations.

ISBN 0-660-52874-6, Catalogue No. 62-554 (Occasional), 1986, 204 pp, \$24.00 in Canada, \$25.00 elsewhere.

■ Dépenses alimentaires des familles au Canada: Villes choisies, 1984

Combien les Canadiens dépensent-ils pour la nourriture? Que mangent-ils?

Cette publication jette un coup d'oeil sur les montants moyens dépensés chaque semaine par les familles et les personnes seules demeurant dans les régions urbaines, le tout classé selon les caractéristiques des familles. Un résumé des principales dépenses alimentaires et certaines quantités détaillées sont présentés pour 17 grandes villes, ce qui permet des comparaisons entre les villes.

Cette publication est essentielle aux producteurs d'aliments, aux analystes de marché, ainsi qu'aux organismes publics et sociaux.

ISBN 0-660-52874-6, n° 62-554 au catalogue (hors série), 1986, 204 pages, \$24.00 au Canada, \$25.00 ailleurs.

GENERAL / GÉNÉRALITÉS



■ Women in Canada: A Statistical Report

This publication, using the most recent data available, is a valuable reference tool encompassing a wide range of issues of interest to Canadian women. One-hundred and fourteen tables reveal the changes that have been affected by women's growing participation in all aspects of Canadian society: family status, education, health, labour force participation, income and crime.

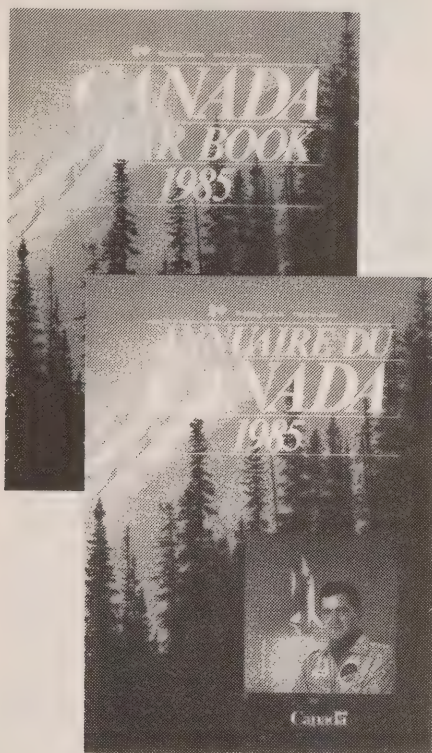
ISBN 0-660-11740-1, Catalogue No. 89-503E (Occasional), 1985, 127 pp, \$25.00 in Canada, \$30.00 elsewhere.

■ Portrait statistique des femmes au Canada

Voilà un précieux ouvrage de référence pour les Canadiens dont le travail ou les études touchent le large éventail des questions et des sujets concernant les femmes. Cent quatorze tableaux révèlent les changements marqués par la participation accrue des femmes dans tous les aspects de la société canadienne: la famille, l'éducation, la santé, l'activité, le revenu et la criminalité.

ISBN 0-660-91392-5, n° 89-503F au catalogue (hors série), 1985, 127 pages, \$25.00 au Canada, \$30.00 ailleurs.

GENERAL / GÉNÉRALITÉS



■ Canada Year Book 1985

Designed to serve as a reference work, this is the latest edition in a series that is now 80 years old. Canada Year Book 1985 presents a detailed portrait of Canada in the mid-1980s, while also serving as a guide to other statistical sources. A wealth of information provides a synopsis of Canada's political economic and social systems. Included is an examination of the last two federal elections, the recent recession, trends in retail and wholesale trade, the move to smaller families and the aging of the population.

This book is widely used by librarians, parliamentarians, teachers, diplomats, journalists and readers interested in Canadians and Canadian lifestyles.

ISBN 0-660-11801-7, Catalogue No. 11-402E (Biennial), 1985, 894 pp, \$54.00 in Canada, \$70.00 elsewhere.

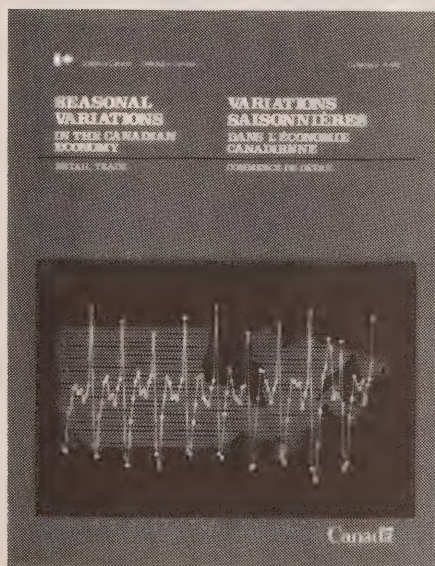
■ Annuaire du Canada 1985

Voici la dernière édition de cet ouvrage de référence paru pour la première fois il y a quatre-vingts ans. Cette publication présente une image détaillée du Canada au milieu des années 1980 et sert de guide à l'égard des autres sources statistiques. Cette mine de renseignements fournit un condensé des systèmes économique et social du gouvernement canadien. On y traite, entre autres, des deux dernières élections fédérales, de la récente récession, du commerce de gros et de détail, de la réduction de la taille des familles et de l'augmentation du nombre de personnes âgées.

Cette publication est largement utilisée par les bibliothécaires, les parlementaires, les enseignants, les diplomates, les journalistes et les autres personnes qui s'intéressent au Canada et aux modes de vie des Canadiens.

ISBN 0-660-91450-6, n° 11-402F au catalogue (biennal), 1985, 894 pages, \$54.00 au Canada, \$70.00 ailleurs.

RETAIL TRADE/ COMMERCE DE DÉTAIL



■ Seasonal Variations in the Canadian Economy: Retail Trade

Seasonal fluctuations in economic activity are analyzed in a study focussing on the retail trade sector. The patterns of sales and the year-to-year changes in these patterns are described in detail. Tables and graphs present data from 1972 to 1982 for 28 kinds of businesses, as well as regional breakdowns of retail sales.

For business people, trade associations, market researchers, universities, economists and statisticians, this study adopts a practical approach to the complicated task of seasonal analysis of current sales, and of creating an index of seasonal variation.

ISBN 0-660-52856-8, Catalogue No. 16-502 (Occasional), 1985, 160 pp, \$25.00 in Canada, \$26.50 elsewhere.

■ Variations saisonnières dans l'économie canadienne: Commerce de détail

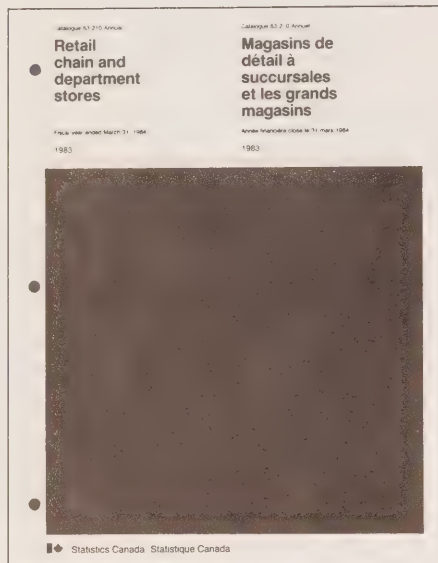
Les variations saisonnières dans l'économie canadienne font l'objet d'une étude portant sur le secteur du commerce de détail. Les mouvements saisonniers des ventes et leurs variations d'une année à l'autre sont décrits en détail. Des tableaux et des graphiques couvrant les années 1972 à 1982 présentent les ventes au détail pour 28 catégories de commerces, selon les régions géographiques.

Les gens d'affaires, les associations commerciales, les entreprises d'étude de marché, les universités, les économistes et les statisticiens trouveront cette analyse extrêmement précieuse. On y expose une approche pratique de l'analyse saisonnière des principales ventes. De plus, on introduit un indice des variations saisonnières.

ISBN 0-660-52856-8, n° 16-502 au catalogue (hors série), 1985, 160 pages, \$25.00 au Canada, \$26.50 ailleurs.

■ Retail Chain and Department Stores, 1983

■ Magasins de détail à succursales et les grands magasins, 1983



Fifty-five tables document the retail sales of chain and department stores in terms of the kind of business, province, selected locality, number of stores and annual sales volume. The publication also includes statistics about stocks on hand at year-end, cost of goods sold, gross margins and the correlation between sales volume and physical size of a store. Sales per square foot (metre), department store commodities and "major" and "junior" type department stores are featured as well.

The report is useful for calculating market share and evaluating store performance against averages.

ISSN 0227-017X, Catalogue No. 63-210 (Annual), 1985, 130 pp, \$25.00 in Canada, \$26.00 elsewhere.

Cinquante-cinq tableaux présentent les ventes au détail des grands magasins et des magasins à succursales par genre de commerce, par province, selon certaines villes, selon le nombre de magasins exploités et selon le chiffre de vente annuel. On y trouve également des statistiques sur les stocks en fin d'année, le prix de revient des marchandises vendues, la marge bénéficiaire brute ainsi que les corrélations selon le chiffre de vente et la taille du magasin. De plus, on trouve dans la publication des données sur les ventes par pied (mètre) carré, les marchandises des grands magasins et les grands magasins à caractère "traditionnel" et "populaire".

Un outil essentiel pour calculer la part du marché et pour comparer le rendement d'un magasin aux moyennes observées.

ISSN 0227-017X, n° 63-210 au catalogue (annuel), 1985, 130 pages, \$25.00 au Canada, \$26.00 ailleurs.



Statistics
Canada

Statistique
Canada

You may not need a lot of books
to help you sell your product

But you do need this one

The Market Research Handbook will help you target your market, pinpoint opportunities for product development, and get a handle on the national economy. It's a versatile source of marketing information that your business can use in myriad ways.

Over half of Canada's Top 500 corporations and thousands of smaller ones bought the 1983 and 1984 editions. That's because the Handbook highlights important economic trends, projects the size and age/sex composi-

tion of the population to the year 2006, and describes income and spending patterns for the country and the provinces. It also presents consumer characteristics for the 60 major urban markets from Victoria to St. John's.

The Market Research Handbook is invaluable for every business, whether you're in food products or heavy equipment, whether you sell to families or auto-makers.

This year's 838 page edition contains 262 tables, 55 charts and 36 maps

covering population and income in metropolitan areas. It also has a major subject index and a glossary of technical terms.

The Market Research Handbook 1985-86, Catalogue No. 63-224 (02878), is available for \$75.00 in Canada (\$90.00 elsewhere) from Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6, (613) 993-7276.

Canada





Statistique
Canada

Statistics
Canada

Vous n'avez peut-être pas besoin de nombreux ouvrages sur la commercialisation

Mais il vous faut celui-ci

Le Recueil statistique des études de marché vous aidera à définir votre marché et à exploiter les possibilités qui s'offrent en matière d'élaboration de nouveaux produits tout en vous donnant une meilleure vue d'ensemble de l'économie. C'est une source de renseignements variés sur le marché que votre entreprise peut utiliser de multiples façons.

Plus de la moitié des 500 grandes sociétés au Canada et des milliers d'autres établissements plus petits se sont procuré les éditions de 1983 et 1984 afin de se renseigner sur les principales tendances économiques, sur les prévisions concernant la struc-

ture par âge et par sexe de la population jusqu'en l'an 2006 et sur les tendances en matière de revenu et de dépenses à l'échelle nationale et provinciale. Le recueil décrit en outre les caractéristiques des consommateurs de 60 grands centres urbains, allant de Victoria jusqu'à St. John's.

Le Recueil statistique des études de marché est indispensable à toutes les entreprises, qu'il s'agisse d'entreprises d'alimentation ou d'équipement lourd et que la clientèle se compose de familles ou de fabricants d'automobiles.

L'édition de 1985 contient, parmi les 838 pages, 262 tableaux, 55 graphiques et

36 cartes visant la population et le revenu dans les régions métropolitaines. Il renferme également un index des principaux sujets et un glossaire technique.

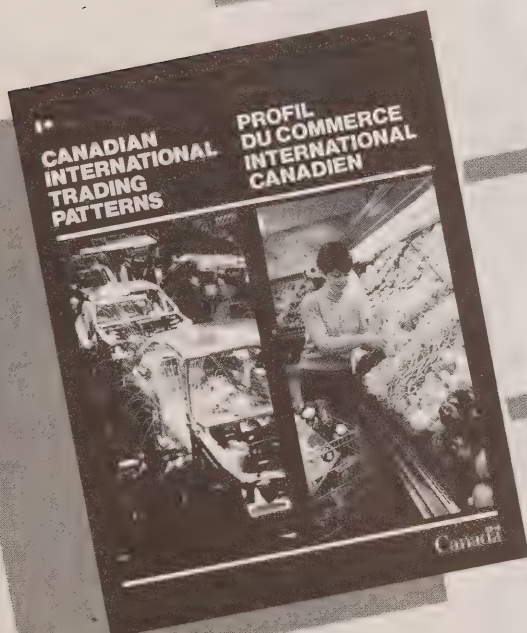
Vous pouvez vous procurer le Recueil statistique des études de marché de 1985-1986 (n° 63-224 (02878) au catalogue) auprès de Publications — Vente et service de Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 (613) 993-7276, au prix de \$75.00 au Canada (\$90.00 ailleurs).

Canada



Statistics Canada presents. . . .

CANADIAN INTERNATIONAL TRADING PATTERNS



Why does Canada's current trade account show a surplus?

Where are our most lucrative markets in the United States?

Find the answers in Statistics Canada's latest chartbook, **Canadian International Trading Patterns**. This publication reviews Canada's relationships with its principal trading partners from 1970 to 1984. The highlights illustrated by the eighty coloured charts include the declining importance of trade with Europe and the recent shift from trade deficit to surplus in the motor vehicle sector. A calendar of events that have had a major effect on trade, such as the 1984 shutdown of pulp and paper mills in British Columbia, is also featured.

Canadian International Trading Patterns, Catalogue No. 65-503C, is available for \$25.00 in Canada (\$26.00 elsewhere) from Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, Canada K1A 0T6. Telephone: (613) 993-7276.

Canada

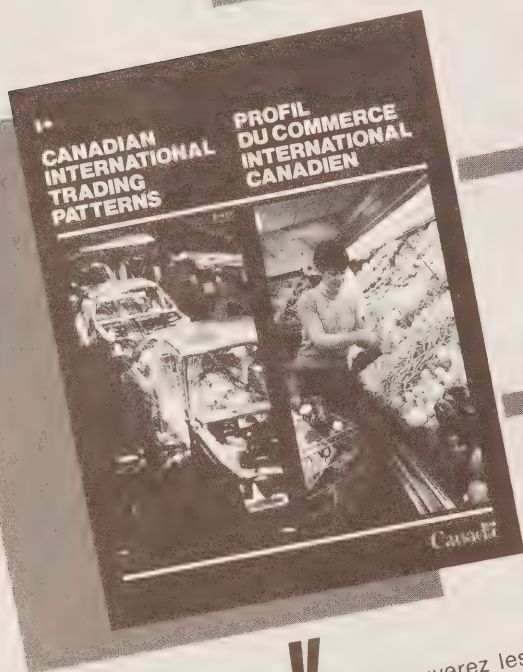


Statistics
Canada

Statistique
Canada

Statistique Canada présente. . .

PROFIL DU COMMERCE INTERNATIONAL CANADIEN



Pourquoi y a-t-il un excédent dans le compte courant commercial canadien?

Quels sont les marchés américains les plus lucratifs pour nous?

Vous trouverez les réponses à ces questions dans **Profil du commerce international canadien**, le plus récent recueil de graphiques de Statistique Canada. Ce recueil étudie les relations du Canada avec ses principaux partenaires commerciaux entre 1970 et 1984. Parmi les faits saillants illustrés par les 80 graphiques en couleur, on compte la baisse de l'importance des échanges commerciaux avec l'Europe et la tendance nouvelle vers un excédent commercial plutôt qu'un déficit dans le secteur automobile. On y présente également les événements ayant eu des répercussions sur les pratiques commerciales, telle la fermeture des usines de pâtes et papiers en Colombie-Britannique en 1984.

Profil du commerce international canadien, n° 65-503C au catalogue, se vend 25\$ au Canada (26\$ autres pays) et peut être obtenu auprès de Publications — Vente et service, Statistique Canada, Ottawa Canada, K1A 0T6. Tél.: (613) 993-7276.

Canada



Statistique
Canada

Statistics
Canada



Statistics Canada Statistique Canada

Count yourself in!



june 3
census day



Canada



Statistique Canada Statistics Canada

Soyez du nombre!



le 3 juin
recensement



Canada

To Order

Please complete and return one of the order coupons provided for your convenience. Ordering assistance is available from *Publication Sales and Services*, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6. Telephone (613) 993-7276.

Pour commander

Prière de compléter et de nous retourner un des bons de commande ci-joints: Pour plus de renseignements, communiquez avec *Publications — Vente et service*, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Téléphone (613) 993-7276.

Mail to:
Publication Sales and Services
Statistics Canada
Ottawa, K1A 0T6

Company: _____
 Dept.: _____
 Attention: _____
 Address: _____
 City: _____ Tel.: _____
 Province: _____ Postal Code: _____

Signature: _____

Cheques or money orders should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.

Mail to:
Publication Sales and Services
Statistics Canada
Ottawa, K1A 0T6

Company: _____

Dept.: _____

Attention: _____

Address: _____

City: _____ Tel.: _____

Province: _____ Postal Code: _____

Signature: _____

Cheques or money orders should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.

Français au verso

Postez à:
Publications-Vente et service
Statistique Canada
Ottawa, K1A 0T6

Compagnie: _____

Service: _____

Attention: _____

Adresse: _____

Ville: _____ Tél.: _____

Province: _____ Code postal: _____

Signature: _____

Postez à:
Publications-Vente et service
Statistique Canada
Ottawa, K1A 0T6

Compagnie: _____

Service: _____

Attention: _____

Adresse: _____

Ville: _____ Tél.: _____

Province: _____ Code postal: _____

Signature: _____

English on reverse

Department store sales and stocks

March 1986

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux **utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

March 1986

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

July 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Juillet 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
Highlights	xiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
Points saillants	xiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	8

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986	22

TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986	22

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1985 and 1986	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1984-1986	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1986	34
32. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1985	38
33. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985	40
34. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985	40
35. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985	42
36. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985	42
37. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985	44
38. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985	44

TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1986	34
32. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1985	38
33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1985	40
34. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985	40
35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1985	42
36. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985	42
37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1985	44
38. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985	44

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
39. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, Revised, 1985	46
40. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1985	48
41. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1985	50
42. Total Department Store Sales, Stocks and Accounts Receivable, Seasonally Adjusted (Direct Method), Revised 1972-1985	54
43. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984	56
44. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1985	58
45. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984	60
46. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1985	62
Appendices	
I. Definitions	67
II. Methodology	69
III. Data Reliability	71
IV. Seasonal Adjustment	75
Revision Procedures	77
Constant Dollar Estimates	77
Number of Shopping Days	78
V. Data Confidentiality	79
Explanatory Notes	79
VI. List of Department Store Organizations	81
Department Store Commodity Reference List	82
Selected Publications	

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
39. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985	46
40. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985	48
41. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985	50
42. Ventes totales, stocks et comptes à recevoir des grands magasins, désaisonnalisés (par la méthode directe), révisés, Canada 1972-1985	54
43. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1984	56
44. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1985	58
45. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1984	60
46. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1985	62
Appendices	
I. Définitions	67
II. Méthodologie	69
III. Fiabilité des données	71
IV. Désaisonnalisation	75
Procédures de révision	77
Estimations en dollars constants	77
Nombre de jours commerciaux	78
V. Confidentialité des données	79
Notes explicatives	79
VI. Liste des organisations de grands magasins	81
Répertoire des marchandises des grands magasins	82
Choix de publications	

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments"; however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if the department is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

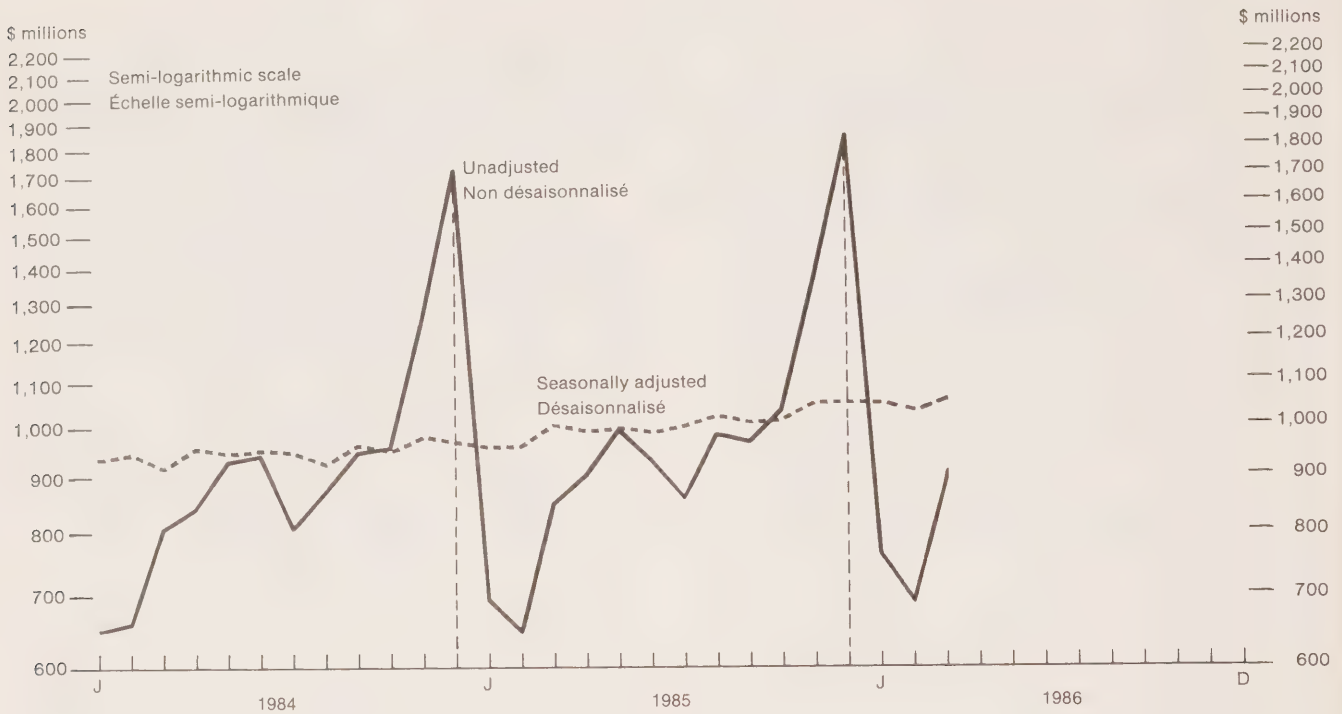
Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. (Le recensement mesure également les activités des "établissements"; toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986



Graphique — 2

Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

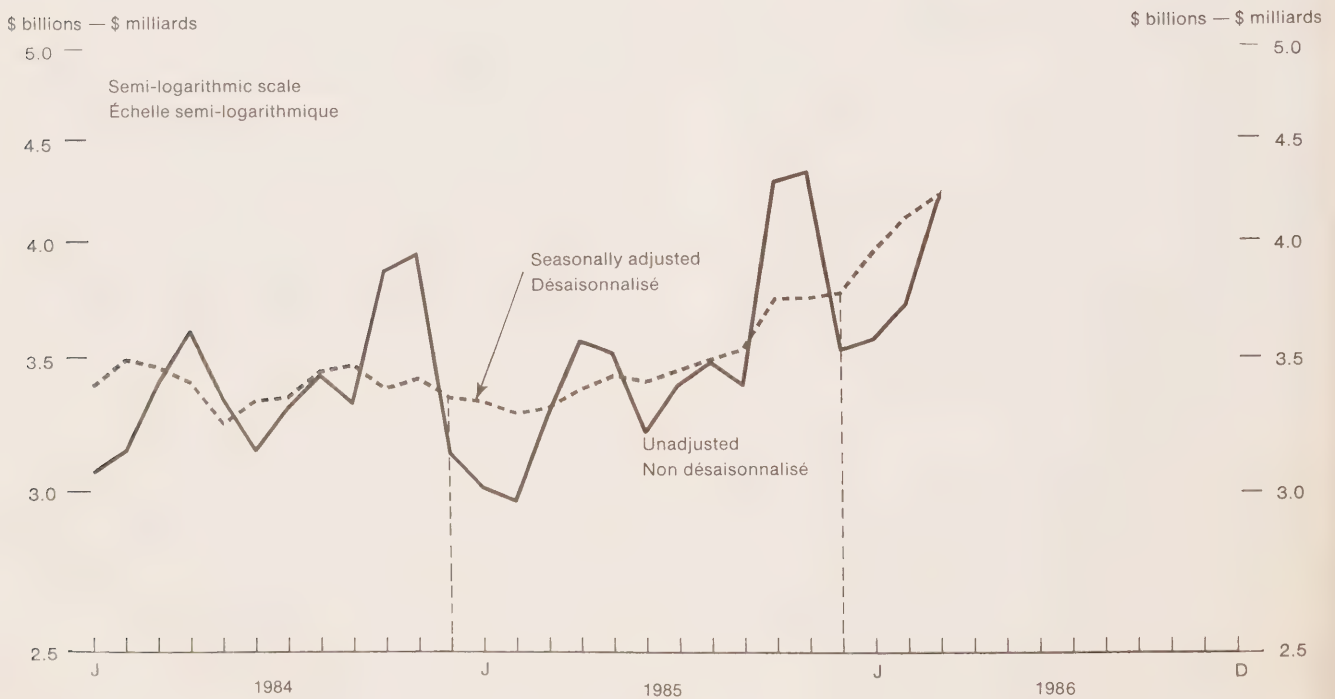


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

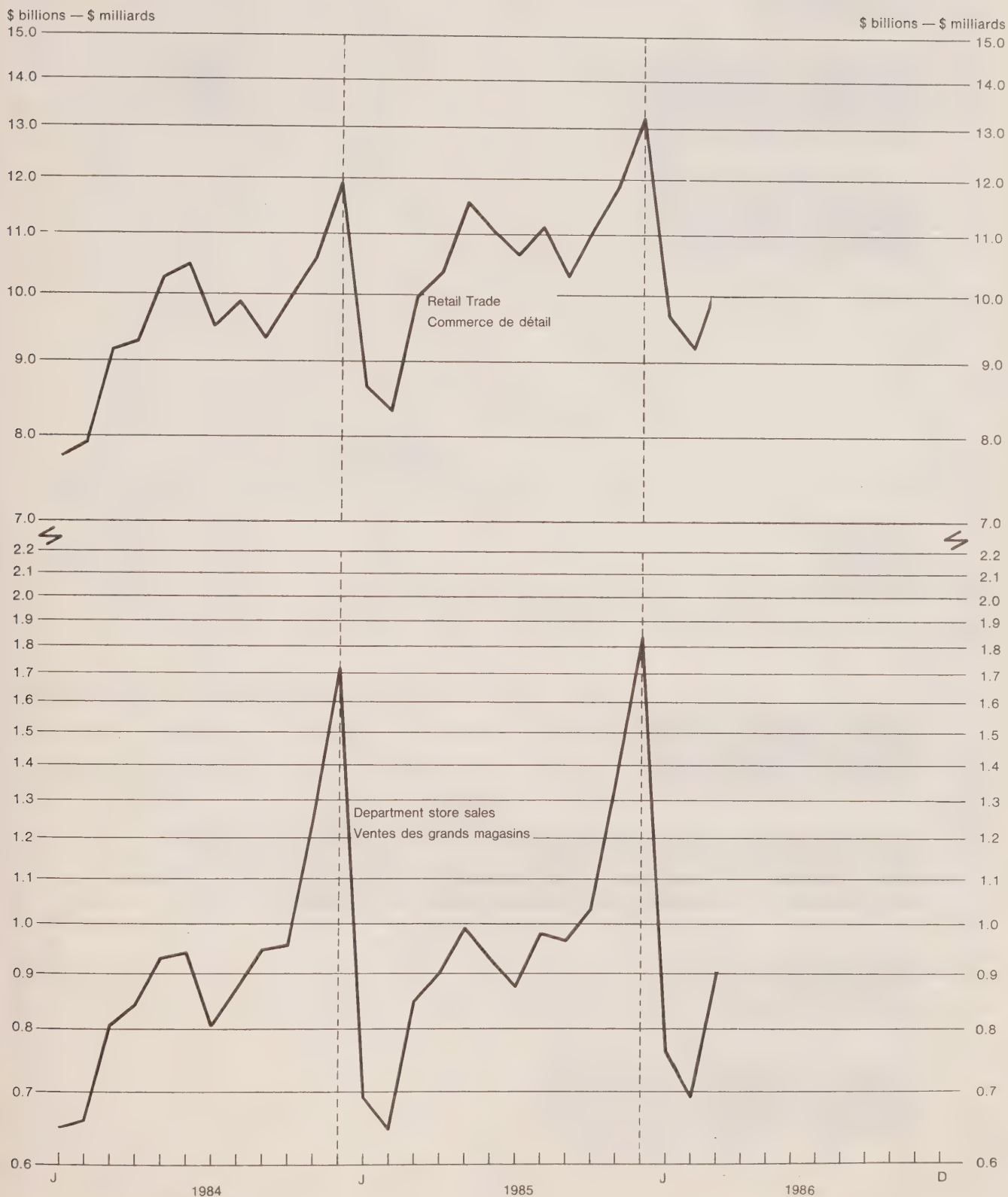


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

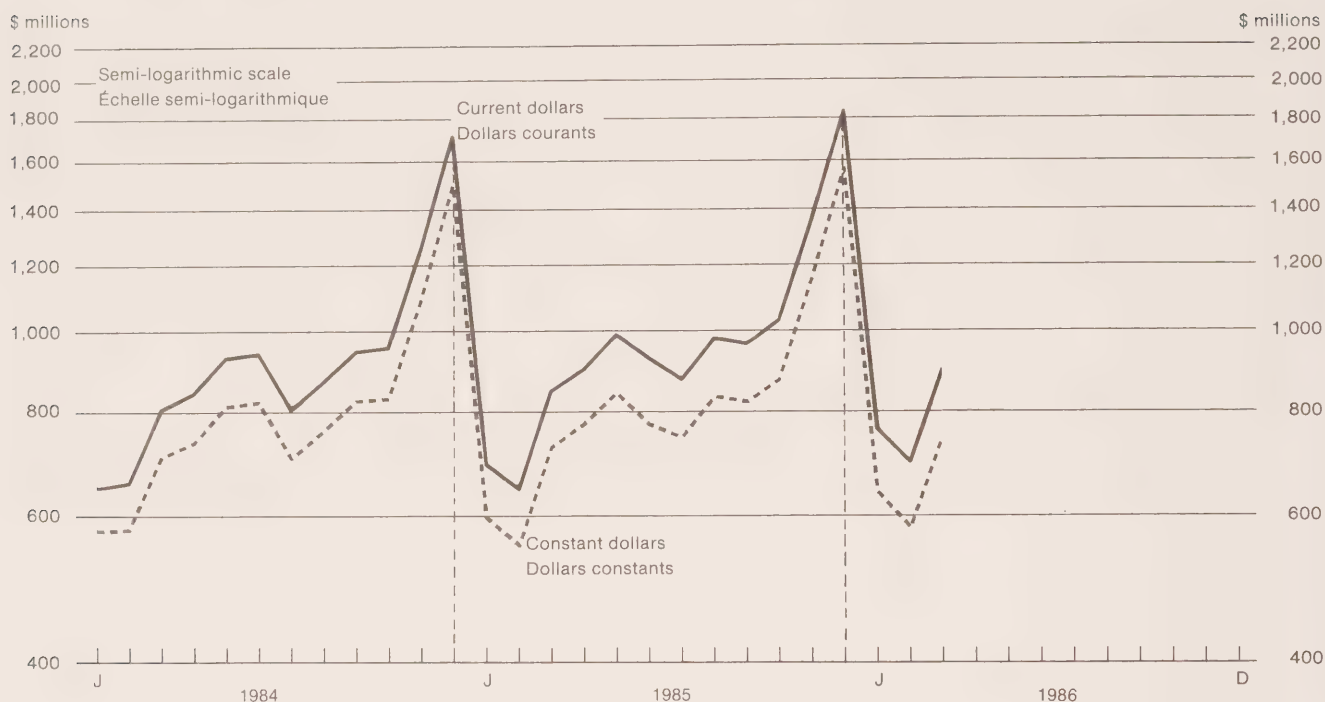
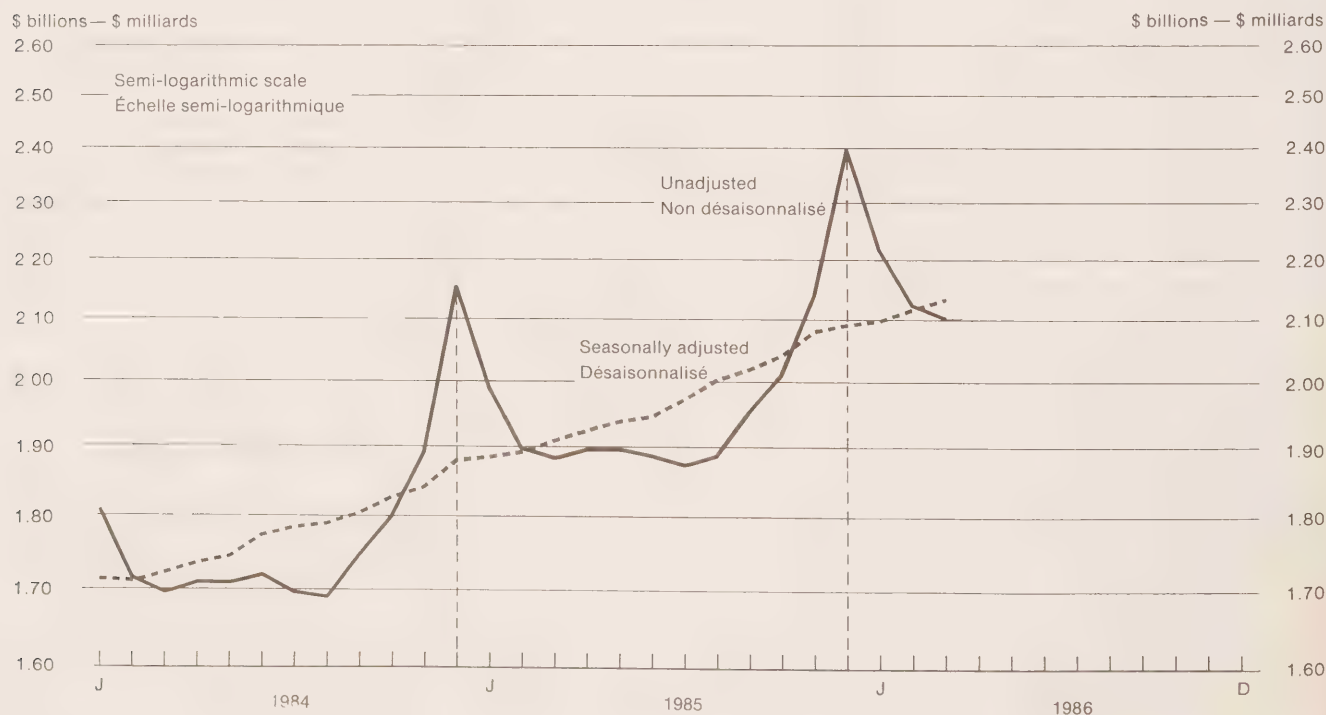


Chart — 5

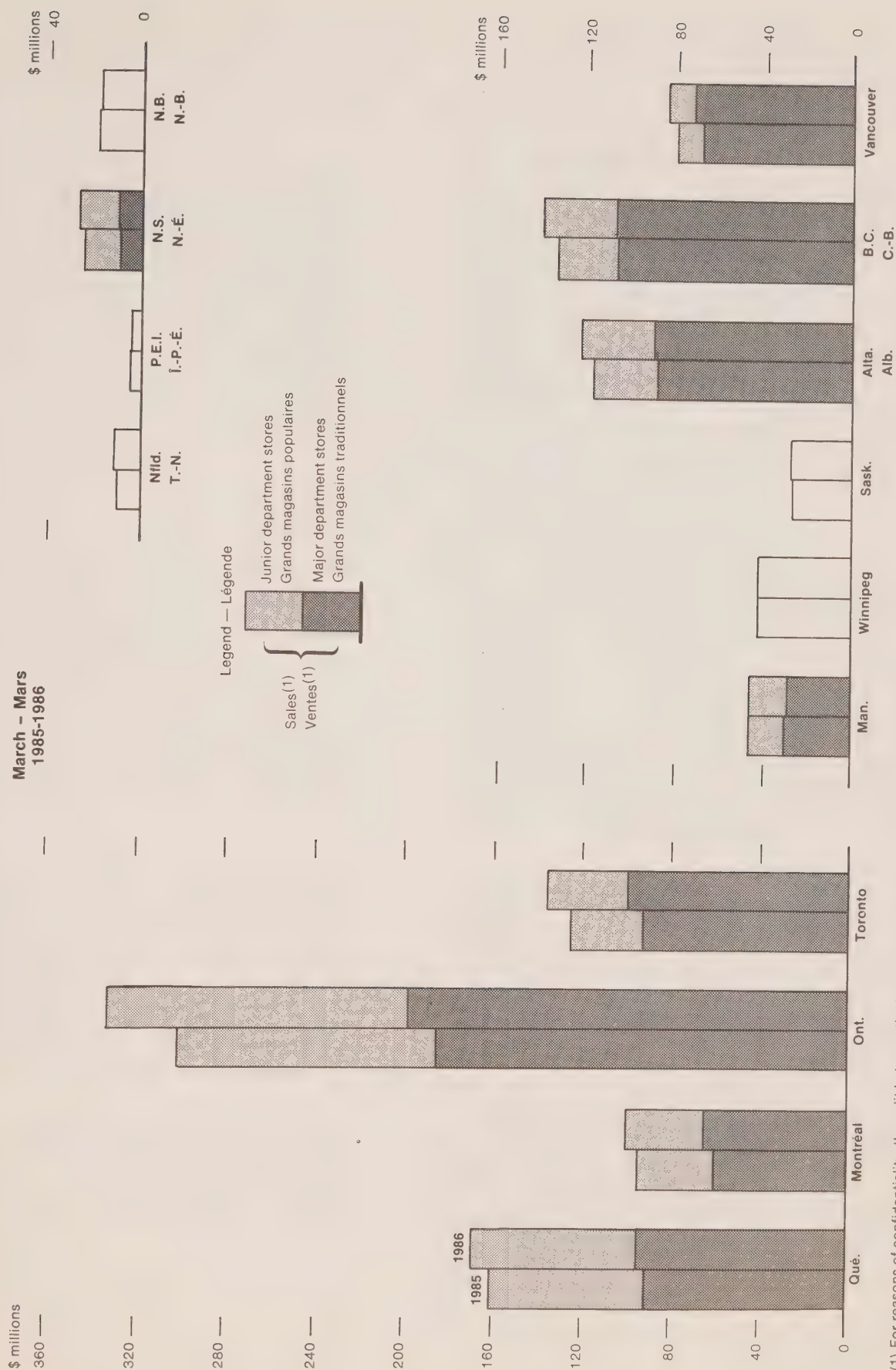
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.
 (1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, total department store sales in March 1986, increased by 2.3% to \$1,060.8 million from the revised February 1986 level of \$1,036.5 million. Among the 28 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in furs (+10.8%), millinery (+9.0%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+7.7%). The largest decreases were registered by the television, radio and music (-9.0%), floor coverings (-7.4%) and china and glassware (-4.9%) departments.

Unadjusted Sales

- o Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$900.4 million in March 1986, up 6.0% from the March 1985 level. Sales were higher in 28 of the 40 departments for which information is compiled, with the largest increases reported in furs (+25.1%), boys' clothing and furnishings (+18.1%), floor coverings (+15.7%) and jewellery (+15.5%). The most notable decreases were recorded for millinery (-14.2%), smallwares and notions (-14.0%), piece goods (-12.1%) and meals and lunches (-9.3%).
- o At the provincial level, when compared to last year, department store sales decreased in Prince Edward Island (-4.6%), New Brunswick (-1.6%) and negligibly in Manitoba, while the remaining provinces reported higher sales. Increases ranged from 9.4% in Ontario to 1.1% in Saskatchewan. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 10.9% in Hamilton to a negligible increase in Winnipeg.
- o Sales by major department stores in March 1986 reached \$553.8 million, up 3.1% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$346.6 million, up 11.1% over the same period last year.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 2.3% en mars 1986 en regard du mois de février 1986 (\$1,036.5 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,060.8 millions. Des 28 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de fourrures (+10.8%), de chapeaux (+9.0%) et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (+7.7%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de téléviseurs, radios et musique (-9.0%), de revêtements de plancher (-7.4%) et de porcelaine et verrerie (-4.9%).

Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$900.4 millions en mars 1986, soit 6.0% de plus qu'en mars 1985. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 28 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de fourrures (+25.1%), de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+18.1%), de revêtements de plancher (+15.7%) et de bijouterie (+15.5%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de chapeaux (-14.2%), de menus articles (-14.0%), de tissus à la pièce (-12.1%), et de repas et casse-croûtes (-9.3%).
- o À l'exception de l'île-du-Prince-Édouard (-4.6%), du Nouveau-Brunswick (-1.6%) et du Manitoba (diminution négligeable) qui ont indiqué une baisse des ventes en mars 1986 par rapport à mars 1985, toutes les provinces ont signalé des hausses de ventes. Les gains s'échelonnent de 9.4% en Ontario à 1.1% en Saskatchewan. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 10.9% à Hamilton à une augmentation négligeable à Winnipeg.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en mars 1986, se sont chiffrées à \$553.8 millions, soit une hausse de 3.1% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$346.6 millions, ce qui représente un gain de 11.1% en regard du mois de mars de l'année dernière.

- o Cumulative unadjusted sales of all department stores for the first three months of 1986 totalled \$2,358.6 million, 7.8% higher than the \$2,188.3 million reported in 1985.
- o In March 1986, there were 793 retail locations operated by department store organizations, two more than in February 1986 and the same as in March 1985. Of this total number, 309 locations were operated by major department store organizations and 484 by junior department store organizations.
- o In March 1986, total department store sales constituted 8.5% of all retail sales in Canada, a slight increase from the 8.4% share held in March 1985.

Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in March 1986 was \$4,184.6 million, up 27.8% from March 1985. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$4,213.2 million, up 2.5% from the February 1986 revised value of \$4,109.8 million.

Accounts Receivable

- o The total value of accounts receivable of all department store organizations in March 1986 amounted to \$2,102.2 million, down 1.0% from the \$2,123.0 million recorded in February 1986.

Note to Data Users

- o As is customary with the March issue, unadjusted monthly department store sales and inventory estimates for the previous year (1985) have been revised to incorporate late response and corrections to previously reported data. The seasonally adjusted estimates have also been revised for the period January 1972 to March 1986, and incorporate the latest unadjusted sales and inventory data as well as updated trading day adjustment factors. Total department store sales and inventories are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly", therefore, the seasonally adjusted components do not sum to the Canada total. Previously, these totals were derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Table 42 shows total estimates for the period January 1972 to December 1985.

- o Les ventes cumulatives pour l'ensemble des grands magasins ont atteint \$2,358.6 millions pour la période couvrant les trois premiers mois de 1986, soit une augmentation de 7.8% par rapport aux \$2,188.3 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.

- o En mars 1986, on a dénombré un total de 793 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit deux de plus qu'en février 1986 et le même nombre qu'en mars 1985. De ce total, 309 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 484 par les sociétés de grands magasins populaires.

- o En mars 1986, les ventes totales des grands magasins ont représenté 8.5% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, une légère augmentation par rapport à la part de 8.4% détenue en mars 1985.

Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en mars 1986, a haussé de 27.8% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$4,184.6 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une hausse de 2.5% par rapport au mois précédent (\$4,109.8 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$4,213.2 millions.

Comptes à recevoir

- o En mars 1986, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,102.2 millions, soit 1.0% de moins que la valeur enregistrée en février 1986 (\$2,123.0 millions).

Note aux utilisateurs des données

- o Comme il est d'usage dans l'édition de mars, les estimations mensuelles des ventes et des stocks des grands magasins, sans ajustements saisonniers, pour l'année précédente (1985), ont été révisées afin d'incorporer les déclarations tardives et les corrections apportées aux données déclarées antérieurement. Les estimations désaisonnalisées ont également été révisées pour la période de janvier 1972 à mars 1986 et incorporent les données les plus récentes sur les ventes et les stocks désaisonnalisés ainsi que la mise à jour des facteurs d'ajustement en fonction des journées d'affaires. Le total des ventes et des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total, au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada. Auparavant, ces totaux étaient dérivés de façon "indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Les estimations totales pour la période de janvier 1972 à décembre 1985 sont présentées dans le tableau 42.

o Constant dollar department store sales estimates are now available on the 1981 = 100 basis from the period January 1981 to March 1986. Constant dollar estimates prior to that date are available upon request.

o Data users should note that the 1971 constant dollar series have been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information.

o Les estimations des ventes des grands magasins en dollars constants sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100, pour la période de janvier 1981 à mars 1986. Les estimations brutes en dollars constants antérieures à cette date sont disponibles sur demande.

o Les utilisateurs des données sont priés de prendre note que les séries en dollars constants sur la base de 1971 ont été terminées avec la parution des données de février 1986 et n'incorporent pas l'information la plus récente.

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	1986			1985 ¹			
	January ²	February ²	March	March	April	May	June
No.	Janvier ²	Février ²	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	10,006	10,517	15,550	15,827	19,099	25,147	18,874
2 Women's and misses' coats and suits	14,557	11,305	19,618	21,186	17,401	10,924	7,666
3 Women's and misses' sportswear	41,339	44,378	63,479	55,553	57,730	71,734	57,581
4 Furs	5,024	3,164	2,133	1,705	1,215	386	555
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	21,048	20,134	26,052	23,097	25,154	23,718	21,818
6 Girls' and teenage girls' wear	9,982	10,686	20,546	18,744	17,776	18,241	13,527
7 Lingerie and women's sleepwear	12,666	12,549	14,990	15,449	15,976	20,143	16,588
8 Intimate apparel	10,121	8,501	11,493	11,305	11,612	12,584	11,670
9 Millinery	991	826	1,012	1,179	1,515	1,348	1,089
10 Women's and girls' hosiery	8,944	7,818	11,460	10,813	11,361	11,574	9,267
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	11,059	9,036	13,481	13,746	14,686	16,863	12,873
12 Women's, misses' and children's footwear	17,194	16,374	26,597	24,925	28,484	29,441	23,034
13 Men's clothing	24,696	23,518	37,891	35,906	36,637	38,631	42,670
14 Men's furnishings	30,597	31,493	43,592	39,157	40,142	48,048	55,529
15 Boys' clothing and furnishings	8,601	9,081	14,805	12,535	14,408	13,260	11,409
16 Men's and boys' footwear	10,539	10,270	17,084	16,026	17,697	18,483	17,776
17 Food and kindred products	56,056	64,896	63,286	56,138	63,068	64,008	54,035
18 Toiletries, cosmetics and drugs	47,974	47,840	54,248	50,385	50,545	54,188	50,511
19 Photographic equipment and supplies	9,008	7,373	8,818	9,237	10,190	10,591	12,694
20 Piece goods	2,783	3,102	3,647	4,149	3,312	4,032	3,121
21 Linens and domestics	32,523	19,448	27,192	24,667	25,073	29,360	28,282
22 Smallwares and notions	7,769	6,244	7,442	8,651	8,120	7,483	6,826
23 China and glassware	9,968	8,165	9,718	10,144	9,632	13,474	10,274
24 Floor coverings	13,295	11,675	13,546	11,711	12,349	13,137	12,510
25 Draperies, curtains and furniture coverings	11,513	10,782	14,993	13,429	14,364	16,327	15,156
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,907	5,813	7,255	6,403	7,040	6,408	6,212
27 Furniture	50,737	39,589	49,347	45,260	48,873	49,727	49,186
28 Major appliances	47,106	33,261	42,958	41,867	41,924	45,442	45,061
29 Television, radio and music	38,879	32,611	35,863	37,678	35,042	29,059	31,518
30 Housewares and small electrical appliances	28,175	25,555	27,627	26,031	28,583	32,284	31,403
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,659	17,860	25,058	22,570	34,178	47,424	39,905
32 Plumbing, heating and building materials	7,730	6,457	7,982	7,315	10,027	11,487	9,690
33 Jewellery	13,076	14,614	20,982	18,174	19,275	24,284	20,038
34 Toys and games	12,184	13,398	19,447	18,893	21,383	18,223	18,960
35 Sporting goods and luggage	17,322	14,427	19,607	20,308	26,837	32,932	32,100
36 Stationery, books and magazines	23,724	24,002	26,287	24,734	24,703	26,250	24,886
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,048	9,432	12,241	11,563	14,856	15,342	14,690
38 Meals and lunches	18,807	16,973	19,841	21,869	21,182	21,308	20,314
39 Repairs and services	11,727	10,212	11,931	11,565	10,885	12,149	11,635
40 All other departments	24,736	22,750	31,309	29,183	34,591	45,181	36,402
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	762,070	696,129	900,408	849,077	906,925	990,625	907,335

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985 ^r						Change March 1986/1985	Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	Variation mars 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,248	17,824	16,777	18,239	21,840	25,530	-1.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
7,073	16,211	21,679	27,934	33,955	22,958	-7.4	formes pour dames et jeunes filles	2
52,421	60,921	69,204	67,567	71,390	89,393	+14.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
1,197	2,445	3,942	5,988	9,384	10,871	+25.1	filles	4
21,846	28,488	25,895	28,816	31,952	39,902	+12.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	6
							Vêtements pour hommes	7
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	8
							de chambres d'enfants	9
13,676	30,126	17,091	16,725	24,934	27,148	+9.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	10
18,156	16,108	16,609	18,662	28,987	49,619	-3.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	11
11,454	11,992	12,696	11,106	11,885	15,644	+1.7	Sous-vêtements	12
1,193	1,150	1,439	2,251	3,691	4,360	-14.2	Chapeaux	13
7,170	8,903	12,148	12,026	13,679	18,167	+6.0	Bas pour dames et fillettes	14
10,788	12,966	17,429	20,405	33,100	45,509	-1.9	Gants, moufles et articles de parure pour	15
21,099	26,123	30,827	31,173	40,716	31,951	+6.7	dames et fillettes	16
29,627	36,896	42,783	43,595	67,378	85,848	+5.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et	17
41,988	42,831	47,670	47,456	80,034	132,183	+11.3	enfants	18
10,903	24,794	12,921	14,271	19,507	26,813	+18.1	Vêtements pour hommes	19
							Articles d'habillement pour hommes	20
							Vêtements et articles d'habillement pour	21
							garçons	22
15,187	16,557	18,272	17,468	25,635	26,800	+6.6	Chaussures pour hommes et garçons	23
50,102	62,110	52,306	59,062	77,651	87,869	+12.7	Produits alimentaires et connexes	24
49,399	54,159	50,207	58,339	75,711	139,271	+7.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	25
							caments	26
12,362	13,960	10,316	10,989	14,512	28,063	-4.5	Appareils et fournitures photographiques	27
3,124	3,711	3,892	4,227	4,490	2,870	-12.1	Tissus à la pièce	28
31,758	34,275	33,504	32,594	39,110	53,177	+10.2	Literie et linge de maison	29
7,350	7,574	10,412	9,147	10,348	12,742	-14.0	Menus articles	30
10,455	10,324	12,470	10,613	20,475	38,799	-4.2	Porcelaine et verrerie	31
14,385	13,693	14,288	17,015	20,572	14,310	+15.7	Revêtements de plancher	32
16,232	15,231	15,132	16,694	17,698	17,953	+11.6	Tentures, rideaux et housses	33
7,392	8,030	8,085	9,063	12,515	18,876	+13.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	34
54,593	45,912	50,179	57,851	54,712	49,221	+9.0	d'ameublement pour la maison	35
52,979	48,418	49,799	55,046	60,062	63,042	+2.6	Meubles	36
33,653	47,884	49,269	45,033	55,981	87,929	-4.8	Gros appareils ménagers	37
32,496	36,452	33,206	36,658	51,027	84,726	+6.1	Téléviseurs, radios et musique	38
							Articles de ménage et petits appareils élec-	39
							triques	40
35,819	30,762	26,269	31,726	38,794	50,654	+11.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	41
11,537	9,288	9,065	10,716	11,273	12,426	+9.1	etc.	42
18,371	19,805	22,442	20,787	36,564	78,333	+15.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	43
20,216	21,322	19,491	30,756	63,568	92,243	+2.9	truction	44
29,996	25,082	21,371	20,840	29,201	49,579	-3.5	Bijouterie	45
							Jouets et jeux	46
							Articles de sport et valises	47
22,763	35,805	33,336	23,770	44,438	72,478	+6.3	Papeterie, livres et revues	48
14,155	13,427	13,427	19,830	25,163	21,235	+5.9	Essence, huile, accessoires d'automobile,	49
							réparation et fournitures	50
20,359	22,246	20,563	22,725	26,299	33,284	-9.3	Repas et casse-croûtes	51
11,141	11,305	11,047	13,407	16,555	15,176	+3.2	Services et travaux de réparation	52
33,991	34,835	27,385	31,083	34,651	56,966	+7.3	Tous autres rayons	53
875,654	979,945	964,843	1,031,653	1,359,437	1,833,918	+6.0	TOTAL, TOUS RAYONS	54

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986(1)

Department	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March ^p	March	April	May	June
No.	Janvier ^r	Février ^r	Mars ^p	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	18,249	17,280	17,769	18,019	17,527	18,812	16,322
2 Women's and misses' coats and suits	18,139	16,710	17,813	19,225	17,143	17,661	17,492
3 Women's and misses' sportswear	67,456	65,223	66,919	58,485	58,151	63,527	58,068
4 Furs	3,479	3,562	3,947	3,067	5,245	2,421	3,749
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	27,942	28,054	28,995	25,411	25,046	25,169	24,608
6 Girls' and teenage girls' wear	19,204	18,559	19,909	18,273	17,793	18,519	15,453
7 Lingerie and women's sleepwear	20,931	20,538	20,173	20,836	19,821	20,449	18,543
8 Intimate apparel	12,516	12,031	12,118	11,774	11,517	11,669	10,906
9 Millinery	1,290	1,554	1,693	1,930	1,965	2,000	1,828
10 Women's and girls' hosiery	11,158	11,156	11,500	10,854	10,842	11,021	10,929
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	18,520	17,430	17,879	17,914	17,164	17,786	16,674
12 Women's, misses' and children's footwear	28,235	28,537	28,846	26,596	26,174	27,462	24,309
13 Men's clothing	42,597	42,282	43,377	40,756	40,992	42,296	42,083
14 Men's furnishings	55,359	57,223	57,089	50,751	50,581	54,554	49,853
15 Boys' clothing and furnishings	15,380	16,377	16,720	13,985	14,209	14,340	13,500
16 Men's and boys' footwear	17,424	18,135	18,821	17,476	16,835	17,311	16,535
17 Food and kindred products	65,027	65,269	70,050	61,458	61,562	61,051	61,728
18 Toiletries, cosmetics and drugs	62,493	63,124	63,187	58,189	58,903	59,252	59,333
19 Photographic equipment and supplies	12,635	12,355	12,192	12,654	13,142	12,381	12,450
20 Piece goods	3,444	3,551	3,422	3,808	3,618	3,799	3,603
21 Linens and domestics	31,500	33,275	34,097	31,006	30,934	30,917	29,702
22 Smallwares and notions	7,595	7,791	7,888	9,163	9,281	9,116	8,946
23 China and glassware	16,361	13,849	13,174	13,436	13,667	13,559	13,444
24 Floor coverings	16,024	15,172	14,046	12,044	12,570	13,165	13,226
25 Draperies, curtains and furniture coverings	16,060	15,731	16,171	14,418	14,151	14,748	14,426
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,275	9,367	9,159	8,144	8,797	8,004	8,217
27 Furniture	53,469	53,378	52,094	46,964	50,934	45,274	46,087
28 Major appliances	52,174	47,738	49,369	46,506	46,817	46,203	42,533
29 Television, radio and music	45,696	45,898	41,770	43,119	44,500	38,751	43,086
30 Housewares and small electrical appliances	38,854	35,681	38,147	35,993	35,681	35,352	35,038
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	32,810	32,640	33,852	29,510	32,216	32,625	31,860
32 Plumbing, heating and building materials	10,208	10,206	10,385	9,179	9,474	9,357	8,278
33 Jewellery	27,232	27,278	27,611	24,024	24,511	25,023	23,507
34 Toys and games	29,217	30,044	30,699	30,548	31,037	29,691	30,428
35 Sporting goods and luggage	24,901	25,873	26,112	27,146	26,998	26,843	26,081
36 Stationery, books and magazines	32,942	33,993	33,609	31,799	31,874	31,528	31,126
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,012	14,242	15,338	14,123	15,141	14,685	14,426
38 Meals and lunches	21,443	21,337	21,087	22,913	22,502	22,258	21,671
39 Repairs and services	12,700	12,704	12,600	11,964	11,599	12,182	12,149
40 All other departments	34,228	35,135	36,712	33,916	33,787	34,406	32,879
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,046,516	1,036,480	1,060,805	988,675	985,746	998,622	964,726

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1985 et 1986(1)

1985 ^a						Change March/February 1986	Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	Variation mars/février 1986		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
18,391	17,706	17,739	18,727	19,614	18,316	+2.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,919	16,533	18,058	17,152	19,588	17,139	+6.6	formes pour dames et jeunes filles	
60,736	61,122	59,399	64,482	62,411	63,546	+2.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
3,478	4,194	4,012	3,653	3,787	4,280	+10.8	filles	
25,564	25,483	25,358	26,009	26,938	26,750	+3.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
18,412	18,825	16,471	18,228	19,227	19,129	+7.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
21,825	20,052	18,899	19,694	20,108	20,742	-1.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,870	11,855	12,029	11,843	11,532	11,680	+0.7	Sous-vêtements	8
1,942	1,822	1,643	1,676	1,730	1,804	+9.0	Chapeaux	9
11,012	11,147	10,486	10,930	11,251	11,326	+3.1	Bas pour dames et fillettes	10
17,672	17,918	17,938	18,577	19,665	18,811	+2.6	Gants, moufles et articles de parure pour	11
27,513	26,272	25,739	26,173	29,482	26,001	+1.1	dames et fillettes	
43,213	43,148	41,855	42,435	43,091	43,318	+2.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
53,446	53,615	53,088	52,883	54,151	54,486	-0.2	enfants	
14,526	15,935	14,001	15,002	15,381	15,396	+2.1	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
18,779	17,728	17,505	17,478	18,180	17,752	+3.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
60,112	60,968	61,626	61,545	62,654	63,628	+7.3	Produits alimentaires et connexes	17
59,722	60,566	58,967	61,287	62,349	62,722	+0.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
12,615	13,261	11,653	12,351	12,200	12,372	-1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
3,667	3,603	3,562	3,512	3,516	3,049	-3.6	Tissus à la pièce	20
30,775	32,366	31,632	32,726	34,538	33,830	+2.5	Literie et linge de maison	21
8,849	8,724	8,594	8,239	8,339	8,602	+1.3	Menus articles	22
13,225	13,591	14,041	12,121	13,848	14,258	-4.9	Porcelaine et verrerie	23
13,833	14,277	14,176	14,266	15,448	14,728	-7.4	Revêtements de plancher	24
15,038	15,245	15,045	15,411	15,169	15,660	+2.8	Tentures, rideaux et housses	25
8,467	8,874	8,575	8,886	8,727	8,371	-2.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
46,388	48,317	50,954	52,577	51,767	51,821	-2.4	d'ameublement pour la maison	
46,538	48,069	49,013	50,655	52,074	54,161	+3.4	Meubles	27
41,777	50,579	42,526	42,927	42,980	43,835	-9.0	Gros appareils ménagers	28
36,409	38,819	37,750	37,337	38,607	38,837	+6.9	Téléviseurs, radios et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
33,855	32,876	32,928	32,513	34,727	37,466	+3.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
10,169	9,599	9,934	9,906	10,311	10,631	+1.8	etc.	
24,801	25,259	24,986	25,509	26,850	26,812	+1.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
30,085	30,553	29,569	28,983	29,027	28,539	+2.2	truction	
26,612	26,806	27,093	27,480	27,484	26,863	+0.9	Rijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
30,549	32,173	32,293	29,771	32,226	31,916	-1.1	Papeterie, livres et revues	36
15,216	13,950	15,923	16,054	18,949	15,393	+7.7	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
21,909	22,183	22,061	22,416	22,373	22,559	-1.2	Repas et casse-croûtes	38
12,415	12,366	12,194	12,186	12,205	12,214	-0.8	Services et travaux de réparation	39
35,823	36,993	33,762	33,773	33,454	34,621	+4.5	Tous autres rayons	40
1,001,487	1,011,161	1,009,558	1,020,137	1,042,623	1,046,318	+2.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque mois au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

Province	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
	Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	7,739	7,690	10,289	9,731	11,074	12,108	11,491
2 Prince Edward Island	3,773	3,590	4,358	4,567	5,369	5,531	5,677
3 Nova Scotia	20,687	19,719	27,805	25,876	29,437	31,526	30,710
4 New Brunswick	14,027	13,376	17,840	18,127	20,124	21,776	19,977
5 Quebec	141,451	128,928	169,825	160,174	176,167	199,264	173,703
6 Ontario	280,271	252,347	332,785	304,119	330,247	358,424	332,431
7 Manitoba	37,075	34,188	46,199	46,213	49,333	51,033	46,421
8 Saskatchewan	23,265	21,597	28,284	27,964	29,319	31,499	28,456
9 Alberta	108,660	101,116	122,720	117,811	118,219	131,665	118,427
10 British Columbia	125,123	113,579	140,302	134,497	137,636	147,799	140,042
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	762,070	696,129	900,408	849,077	906,925	990,625	907,335

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

		1986			1985 ^r			
Selected metropolitan areas		January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
		Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	42,103	39,564	47,584	45,068	45,385	50,471	46,161
2	Edmonton	48,515	45,380	54,963	52,733	52,603	59,076	52,602
3	Halifax-Dartmouth	11,946	11,377	15,818	14,671	16,453	17,885	17,083
4	Hamilton	20,349	17,749	23,764	21,422	24,707	26,387	24,301
5	Montréal	83,089	77,091	99,668	94,865	102,973	115,914	101,464
6	Ottawa-Hull	33,498	29,087	40,182	37,643	39,418	45,490	39,871
7	Quebec City	19,863	16,651	23,265	21,969	23,844	28,547	24,820
8	Toronto	113,364	105,795	136,680	125,686	131,181	139,376	133,086
9	Vancouver	76,486	69,723	84,647	80,280	80,887	87,331	84,484
10	Winnipeg	33,823	31,090	41,492	41,482	44,652	46,154	41,743

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985 ^r						Change March 1986/1985	Province	N ^o
July	August	September	October	November	December	Variation mars 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,794	12,654	11,290	13,196	17,763	24,101	+5.7	Terre-Neuve	1
6,595	6,559	5,012	5,701	6,883	9,398	-4.6	Île-du-Prince-Édouard	2
28,983	32,191	29,139	33,547	47,747	63,291	+7.5	Nouvelle-Écosse	3
18,852	21,391	19,570	21,996	31,639	41,353	-1.6	Nouveau-Brunswick	4
164,993	190,292	179,505	200,483	246,196	331,003	+6.0	Québec	5
322,440	357,963	350,990	387,148	532,619	713,092	+9.4	Ontario	6
45,315	50,957	50,634	50,329	66,545	89,379	--	Manitoba	7
28,281	31,460	30,531	30,529	43,466	56,369	+1.1	Saskatchewan	8
115,381	129,117	134,799	135,332	173,073	234,218	+4.2	Alberta	9
134,021	147,360	153,372	153,392	193,506	271,713	+4.3	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
875,654	979,945	964,843	1,031,653	1,359,437	1,833,918	+6.0	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985 ^r						Change March 1986/1985	Certaines zones métropolitaines	N ^o
July	August	September	October	November	December	Variation mars 1986/1985		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
44,364	49,407	52,048	52,006	66,852	90,368	+5.6	Calgary	1
51,338	58,667	60,521	60,647	77,616	104,187	+4.2	Edmonton	2
16,045	17,632	16,888	19,767	28,243	34,926	+7.8	Halifax-Dartmouth	3
23,652	24,868	26,562	28,416	38,565	56,971	+10.9	Hamilton	4
93,809	112,176	108,016	119,668	147,293	199,524	+5.1	Montréal	5
38,505	42,826	42,893	45,364	62,052	80,619	+6.7	Ottawa-Hull	6
24,004	25,914	25,481	27,125	33,229	41,609	+5.9	Ville de Québec	7
124,716	141,675	146,586	159,329	219,175	290,645	+8.7	Toronto	8
77,798	84,663	93,003	91,465	116,116	160,927	+5.4	Vancouver	9
41,069	45,816	45,929	45,427	60,143	80,027	--	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

Province	1986			1985 ^F			
	January ^F	February ^F	March	March	April	May	June
No.	Janvier ^F	Février ^F	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	7,325	7,077	9,395	9,188	9,717	10,259	10,298
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	78,546	70,828	94,559	90,490	95,938	109,889	95,540
6 Ontario	172,555	151,953	198,460	185,694	191,542	206,083	194,652
7 Manitoba	24,928	22,260	29,499	30,515	30,889	30,978	29,066
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	83,672	76,206	89,613	87,813	86,695	95,243	86,065
10 British Columbia	99,479	88,703	107,246	107,111	107,696	113,074	107,943
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	488,165	436,344	553,848	537,063	549,344	594,109	550,221

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986			1985 ^F			
	January ^F	February ^F	March	March	April	May	June
No.	Janvier ^F	Février ^F	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	33,796	31,191	36,432	34,770	34,678	37,994	34,846
2 Edmonton	38,254	34,938	41,054	40,019	39,005	43,339	38,937
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	14,657	12,642	16,581	15,555	17,471	18,781	17,292
5 Montréal	53,097	50,333	65,293	61,779	65,112	74,094	64,188
6 Ottawa-Hull	21,293	17,233	24,668	23,497	22,833	27,075	24,082
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	83,207	77,457	99,132	93,501	93,067	97,410	94,251
9 Vancouver	67,141	60,663	72,749	69,426	68,968	74,419	72,571
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1985 and 1986

Province	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
No.	Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	13,362	12,643	18,410	16,688	19,720	21,267	20,412
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	62,905	58,100	75,266	69,684	80,229	89,375	78,162
6 Ontario	107,716	100,393	134,325	118,425	138,705	152,341	137,779
7 Manitoba	12,147	11,927	16,699	15,698	18,443	20,055	17,355
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	24,988	24,910	33,107	29,998	31,524	36,422	32,362
10 British Columbia	25,644	24,876	33,057	27,386	29,940	34,725	32,099
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	273,906	259,785	346,560	312,014	357,581	396,516	357,114

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
No.	Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	8,307	8,373	11,152	10,298	10,707	12,477	11,315
2 Edmonton	10,261	10,443	13,909	12,714	13,598	15,738	13,665
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	5,692	5,107	7,182	5,868	7,235	7,606	7,008
5 Montréal	29,991	26,759	34,375	33,087	37,860	41,819	37,276
6 Ottawa-Hull	12,206	11,854	15,514	14,147	16,585	18,416	15,789
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	30,157	28,337	37,549	32,185	38,114	41,966	38,835
9 Vancouver	9,345	9,060	11,898	10,854	11,919	12,913	11,912
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985 ^r						Change March 1986/1985		
July	August	September	October	November	December	Variation mars 1986/1985	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								N ^o
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
19,260	21,777	18,446	21,691	30,577	42,317	+10.3	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,973	84,468	73,933	83,507	97,107	146,269	+8.0	Québec	5
131,974	148,885	128,454	151,038	202,080	286,645	+13.4	Ontario	6
16,781	19,620	15,476	18,255	22,470	32,357	+6.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
32,091	36,453	33,523	35,162	43,101	61,027	+10.4	Alberta	9
31,415	36,206	32,489	35,491	43,487	64,280	+20.7	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
343,422	391,160	337,985	386,646	495,526	710,230	+11.1	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province	1986			1985		
	January	February	March	March	April	May
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	14	13	13	14	14	14
2 Prince Edward Island	5 ^r	5 ^r	5	7	7	7
3 Nova Scotia	34	34	34	33	34	34
4 New Brunswick	26	26	26	27	27	27
5 Quebec	163	159	159	163	163	163
6 Ontario	305	304	306	297	297	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	31	31	31	32	32	32
9 Alberta	81	81	81	81	81	81
10 British Columbia	101	100	100	101	101	102
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	798 ^r	791 ^r	793	793	794	795

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986			1985		
	January	February	March	March	April	May
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Calgary	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	34	34	34	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	15	15	15	14	15 ^r	15
4 Hamilton	25	25	25	24	24	25
5 Montréal	75	74 ^r	74	76	76	76
6 Ottawa-Hull	32	32	33	32	32	32
7 Quebec City	22	22	22	22	22	22
8 Toronto	95	94	95	88	88	88
9 Vancouver	42	42	42	41	41	42
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1985 et 1986

1985								
Juin	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N ^o
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	5 ^r	5 ^r	5 ^r	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	34	34	34	Nouvelle-Écosse	3
27	26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
163	162	163	163	163	163	163	Québec	5
297	298	301	304	304	305	305	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
81	80	80	81	81	81	81	Alberta	9
102	101	101	101	101	101	101	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
795	792	796	800	798^r	799^r	799^r	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		Nº
number - nombre								
26	26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	34	34	34	34	Edmonton	2
15	15	15	15	15	15	15	Halifax-Dartmouth	3
25	25	25	25	25	25	25	Hamilton	4
76	75	75	75	75	75	75	Montréal	5
32	32	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
22	22	22	22	22	22	22	Ville de Québec	7
88	89	91	94	94	95	95	Toronto	8
42	42	42	42	42	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Province	1986			1985		
	January	February	March	March	April	May
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	6	5	5	6	6	6
2 Prince Edward Island	1 ^r	1 ^r	1	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	54	50	50	55	55	54
6 Ontario	116	115	115	109	109	109
7 Manitoba	17	17	17	18	18	17
8 Saskatchewan	14	14	14	15	15	15
9 Alberta	45	45	45	46	46	45
10 British Columbia	52	51	51	59	59	53
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	316 ^r	309 ^r	309	322	322	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Selected metropolitan areas	1986			1985		
	January	February	March	March	April	May
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	19	19	19	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montréal	30	29 ^r	29	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	46	45	45	40	40	40
9 Vancouver	27	27	27	26	26	27
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								N ^o
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	1 ^r	1 ^r	1 ^r	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	54	54	54	Québec	5
109	110	113	116	116	116	116	Ontario	6
17	17	17	17	17	17	17	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
45	44	44	45	45	45	45	Alberta	9
53	52	52	52	52	52	52	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
313	312	315	319	317 ^r	317 ^r	317 ^r	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

		1986			1985		
Province		January	February	March	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	27	27	27	26	27	27
4	New Brunswick	22	22	22	23	23	23
5	Quebec	109	109	109	108	108	109
6	Ontario	189	189	191	188	188	188
7	Manitoba	21	21	21	20	20	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	36	36	36	35	35	36
10	British Columbia	49	49	49	42	42	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	482	482	484	471	472	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

No.	Selected metropolitan areas	1986			1985		
		January	February	March	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	9	9	9	8	9 ^r	9
4	Hamilton	11	11	11	10	10	11
5	Montréal	45	45	45	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	21	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	49	49	50	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

1985								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								N ^o
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	27	27	27	27	27	Nouvelle-Écosse	3
23	22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
109	108	109	109	109	109	109	Québec	5
188	188	188	188	188	189	189	Ontario	6
21	21	21	21	21	21	21	Manitoba	7
17	17	17	17	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	36	36	36	36	36	Alberta	9
49	49	49	49	49	49	49	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
482	480	481	481	481	482	482	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier - mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	34,738	36,073	+3.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	46,446	45,480	-2.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	126,660	149,196	+17.8
4	Furs - Fourrures	10,366	10,321	-0.4
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	59,724	67,234	+12.6
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	37,236	41,214	+10.7
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	39,365	40,205	+2.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	28,300	30,115	+6.4
9	Millinery - Chapeaux	3,806	2,829	-25.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	26,955	28,222	+4.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	33,097	33,576	+1.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	54,573	60,165	+10.2
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	82,340	86,105	+4.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	91,766	105,682	+15.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	27,630	32,487	+17.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	35,879	37,893	+5.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	169,839	184,238	+8.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	138,317	150,062	+8.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	25,066	25,199	+0.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	10,085	9,532	-5.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	74,109	79,163	+6.8
22	Smallwares and notions - Menus articles	25,299	21,455	-15.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	25,977	27,851	+7.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	29,695	38,516	+29.7
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	33,093	37,288	+12.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	16,753	19,975	+19.2
27	Furniture - Meubles	120,880	139,673	+15.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	114,046	123,325	+8.1
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	99,587	107,353	+7.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	77,580	81,357	+4.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	59,993	64,577	+7.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	19,939	22,169	+11.2
33	Jewellery - Bijouterie	41,316	48,672	+17.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	44,481	45,029	+1.2
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	55,278	51,356	-7.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	68,244	74,013	+8.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	33,493	32,721	-2.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	58,852	55,621	-5.5
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	31,574	33,870	+7.3
40	All other departments - Tous autres rayons	75,873	78,795	+3.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,188,250	2,358,607	+7.8

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1985 et 1986

Janvier - mars

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	23,779	25,718	+8.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12,493	11,721	-6.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	63,246	68,211	+7.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	44,297	45,243	+2.1
Québec	411,677	440,204	+6.9
Ontario	783,410	865,403	+10.5
Manitoba	113,695	117,462	+3.3
Saskatchewan	71,007	73,146	+3.0
Alberta	307,490	332,496	+8.1
British Columbia - Colombie-Britannique	357,157	379,004	+6.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA	2,188,250	2,358,607	+7.8

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - mars

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
Certaines zones métropolitaines	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	118,382	129,251	+9.2
Edmonton	137,772	148,858	+8.0
Halifax-Dartmouth	36,544	39,141	+7.1
Hamilton	57,543	61,862	+7.5
Montréal	246,699	259,848	+5.3
Ottawa-Hull	96,183	102,767	+6.8
Quebec City - Ville de Québec	56,862	59,779	+5.1
Toronto	320,329	355,839	+11.1
Vancouver	214,886	230,856	+7.4
Winnipeg	102,804	106,405	+3.5

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1985 et 1986

Janvier - mars

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	23,108	23,797	+3.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	234,170	243,933	+4.2
Ontario	477,818	522,968	+9.4
Manitoba	75,548	76,687	+1.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	233,895	249,491	+6.7
British Columbia - Colombie-Britannique	288,406	295,428	+2.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	-	-	-
CANADA	1,399,917	1,478,357	+5.6

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - mars

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	92,724	101,419	+9.4
Edmonton	106,587	114,246	+7.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	42,641	43,880	+2.9
Montréal	160,795	168,723	+4.9
Ottawa-Hull	59,985	63,194	+5.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	234,937	259,796	+10.6
Vancouver	187,552	200,553	+6.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1985 et 1986

Janvier - mars

Province	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	40,138	44,415	+10.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	177,507	196,271	+10.6
Ontario	305,592	342,434	+12.1
Manitoba	38,147	40,773	+6.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	73,594	83,005	+12.8
British Columbia - Colombie-Britannique	68,751	83,577	+21.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	-	-	-
CANADA	788,333	880,251	+11.7

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

January - March

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1985 et 1986

Janvier - mars

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	25,660	27,832	+8.5
Edmonton	31,186	34,613	+11.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	14,903	17,981	+20.7
Montréal	85,905	91,125	+6.1
Ottawa-Hull	36,199	39,574	+9.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	85,391	96,043	+12.5
Vancouver	27,335	30,303	+10.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1984-1986

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985^F:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.9
1986:						
January ^F - Janvier ^F	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February ^F - Février ^F	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986

March

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1984-1986

Mars

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.4	5.5	5.8	+5.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	10.9	11.7	11.2	-4.3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.0	7.3	7.7	+5.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.1	7.3	6.9	-5.5
Québec	6.4	6.4	6.4	-
Ontario	8.3	8.0	8.5	+6.3
Manitoba	12.5	11.3	11.0	-2.7
Saskatchewan	8.0	7.6	7.6	-
Alberta	12.2	11.2	11.0	-1.8
British Columbia - Colombie-Britannique	12.8	11.9	11.9	-
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.5
CANADA	8.8	8.4	8.5	+1.2
Montréal	7.8	7.9	7.8	-1.3
Toronto	9.0	8.9	9.1	+2.2
Winnipeg	17.0	15.4	14.8	-3.9
Vancouver	14.8	13.9	14.1	+1.4

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	1986			1985 [†]				
		January [†]	February [†]	March	March	April	May	June	July
		Janvier [†]	Février [†]	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	51,896	57,759	69,597	56,955	61,626	54,107	42,935	52,035
2	Women's and misses' coats and suits	71,145	90,415	94,616	68,340	62,638	53,789	41,992	71,654
3	Women's and misses' sportswear	217,523	242,222	296,118	171,399	177,275	166,346	142,267	145,696
4	Furs	31,523	33,608	32,631	14,917	27,009	28,928	29,931	34,836
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	84,962	103,017	106,801	77,245	92,475	84,937	77,517	93,305
6	Girls' and teenage girls' wear	50,078	68,305	79,881	59,132	54,433	58,342	46,088	64,292
7	Lingerie and women's sleepwear	53,275	55,454	61,839	47,653	55,508	53,175	44,432	45,570
8	Intimate apparel	52,019	49,659	51,139	43,624	45,563	44,588	43,749	42,524
9	Millinery	2,770	3,558	2,791	2,548	3,661	2,990	2,470	2,267
10	Women's and girls' hosiery	42,786	43,932	50,169	38,986	41,932	37,480	33,836	34,978
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	65,294	67,561	80,569	53,600	58,756	53,111	45,271	51,969
12	Women's, misses' and children's footwear	117,237	128,857	156,590	121,486	122,633	113,930	99,148	103,552
13	Men's clothing	141,192	185,692	212,503	171,752	191,503	190,644	163,647	167,514
14	Men's furnishings	169,184	184,892	214,996	166,369	193,164	194,853	151,046	146,076
15	Boys' clothing and furnishings	48,748	58,461	62,809	47,836	48,627	42,819	42,516	62,408
16	Men's and boys' footwear	81,906	84,296	94,788	76,236	81,631	90,324	67,774	73,535
17	Food and kindred products	44,175	48,517	56,439	37,872	38,293	35,161	30,831	33,120
18	Toiletries, cosmetics and drugs	316,938	267,922	304,627	225,060	239,284	234,780	224,820	244,390
19	Photographic equipment and supplies	50,173	43,371	49,386	49,665	54,573	51,054	49,042	51,599
20	Piece goods	13,446	14,355	19,034	21,571	18,699	20,683	19,788	17,758
21	Linens and domestics	157,928	168,673	175,017	134,314	148,331	148,825	139,079	137,044
22	Smallwares and notions	43,210	42,868	44,146	37,555	46,594	47,806	46,963	48,143
23	China and glassware	87,569	88,491	103,170	66,029	85,074	84,766	75,041	77,449
24	Floor coverings	69,832	66,797	73,175	49,746	50,618	51,347	49,585	53,258
25	Draperies, curtains and furniture coverings	73,631	71,358	75,301	65,910	68,404	68,008	64,093	70,348
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	58,859	64,457	72,417	57,261	59,788	63,533	60,679	64,352
27	Furniture	166,203	173,686	187,719	149,735	157,170	152,328	148,934	156,706
28	Major appliances	73,836	77,602	75,036	74,982	75,702	73,394	69,332	69,632
29	Television, radio and music	146,565	153,071	159,657	140,488	153,528	145,992	135,513	132,625
30	Housewares and small electrical appliances	177,301	170,404	197,789	157,505	175,982	166,909	170,398	166,944
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	147,998	155,272	171,398	142,450	147,905	158,719	172,108	161,250
32	Plumbing, heating and building materials	30,173	28,854	30,740	31,394	25,482	25,361	27,907	26,458
33	Jewellery	156,169	155,625	173,315	107,128	112,841	113,439	107,096	113,481
34	Toys and games	113,687	112,208	120,274	121,590	147,814	153,617	153,417	183,356
35	Sporting goods and luggage	113,706	120,956	150,653	133,988	162,203	159,668	141,910	136,961
36	Stationery, books and magazines	136,903	126,743	141,892	130,744	141,714	144,907	130,186	142,334
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	57,164	53,176	59,759	53,851	56,541	53,906	51,150	49,351
38	Meals and lunches	781	616	780	654	658	597	411	569
39	Repairs and services	2,726	2,023	2,067	6,085	6,322	6,081	6,268	6,538
40	All other departments	56,797	58,612	72,940	61,896	74,341	86,123	67,033	57,471
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,577,308	3,723,325	4,184,568	3,275,551	3,566,295	3,517,367	3,216,203	3,393,348

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks⁽¹⁾ mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985 ^r					Change - Variation		Rayon	
August	September	October	November	December	March/ February 1986	March 1986/1985		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1986	Mars 1986/1985		
thousands of dollars					per cent			NO
milliers de dollars					pourcentage			
50,520	50,641	69,819	72,811	59,616	+20.5	+22.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
82,262	90,837	108,353	92,485	71,025	+4.6	+38.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
152,682	153,876	192,304	223,853	174,064	+22.3	+72.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
37,360	42,135	44,681	46,101	30,895	-2.9	+118.8	Fourrures	4
88,047	80,233	111,554	103,313	97,753	+3.7	+38.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
55,065	51,635	62,551	62,497	43,215	+16.9	+35.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
47,129	50,512	76,629	91,050	53,362	+11.6	+29.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
45,661	40,634	52,280	54,968	50,701	+3.0	+17.2	Sous-vêtements	8
2,308	2,964	5,017	5,954	6,326	-21.6	+9.5	Chapeaux	9
40,429	39,576	42,045	47,865	41,199	+14.2	+28.7	Bas pour dames et fillettes	10
60,155	68,465	99,856	106,837	70,711	+19.3	+50.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,102	110,052	125,431	111,157	112,321	+21.5	+28.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
206,692	188,030	228,411	224,510	181,695	+14.4	+23.7	Vêtements pour hommes	13
155,033	168,183	218,422	238,172	159,734	+16.3	+29.2	Articles d'habillement pour hommes	14
42,024	49,453	70,998	59,209	47,694	+7.4	+31.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,167	79,976	96,847	90,411	74,833	+12.4	+24.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	46,743	49,314	28,605	+16.3	+49.0	Produits alimentaires et connexes	17
246,235	233,731	360,592	389,295	270,021	+13.7	+35.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
49,928	44,255	60,661	58,695	44,331	+13.9	-0.6	Appareils et fournitures photographiques	19
18,215	17,663	23,369	20,425	15,124	+32.6	-11.8	Tissus à la pièce	20
129,658	128,387	149,149	164,498	168,711	+3.8	+30.3	Literie et linge de maison	21
49,133	40,914	49,836	46,738	53,583	+3.0	+17.6	Menus articles	22
81,931	78,364	87,978	106,838	109,654	+16.6	+56.2	Porcelaine et verrerie	23
55,176	50,390	57,981	57,213	73,604	+9.5	+47.1	Revêtements de plancher	24
68,186	64,527	71,909	69,702	71,273	+5.5	+14.2	Tentures, rideaux et housses	25
66,253	65,483	78,814	73,611	53,262	+12.3	+26.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
152,710	142,538	163,966	148,687	185,971	+8.1	+25.4	Meubles	27
63,275	60,490	73,798	74,558	71,931	-3.3	+0.1	Gros appareils ménagers	28
140,840	121,105	155,783	167,867	148,102	+4.3	+13.6	Téléviseurs, radios et musique	29
166,287	162,028	188,367	222,166	150,646	+16.1	+25.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
163,188	152,176	185,816	176,397	159,721	+10.4	+20.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
26,308	24,350	28,388	29,780	39,283	+6.5	-2.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
121,103	118,100	163,471	180,327	135,483	+11.4	+61.8	Bijouterie	33
199,802	194,485	259,909	194,629	98,498	+7.2	-1.1	Jouets et jeux	34
138,586	127,607	167,881	153,511	129,595	+24.6	+12.4	Articles de sport et valises	35
139,433	144,200	160,725	187,162	128,118	+12.0	+8.5	Papeterie, livres et revues	36
51,032	47,809	63,086	53,992	74,819	+12.4	+11.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	268	378	340	+26.6	+19.3	Repas et casse-croûtes	38
6,178	3,752	2,586	2,364	2,649	+2.2	-66.0	Services et travaux de réparation	39
67,801	64,673	77,826	71,408	45,246	+24.4	+17.8	Tous autres rayons	40
3,481,337	3,392,023	4,284,100	4,330,748	3,533,714	+12.4	+27.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March ^p	March	April	May	June
No.	Janvier ^r	Février ^r	Mars ^p	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	62,813	63,297	63,054	51,846	51,610	51,327	52,140
2 Women's and misses' coats and suits	89,541	92,619	94,545	69,743	72,569	83,419	71,768
3 Women's and misses' sportswear	255,015	250,351	265,685	156,444	154,778	154,712	157,988
4 Furs	34,354	40,547	39,920	18,044	32,957	31,278	33,204
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	104,588	117,953	111,786	80,869	83,683	85,915	83,530
6 Girls' and teenage girls' wear	67,383	71,233	72,052	53,957	50,727	55,474	52,677
7 Lingerie and women's sleepwear	62,787	64,629	64,832	49,971	50,888	51,781	51,861
8 Intimate apparel	49,152	51,202	51,399	43,764	44,239	44,639	46,337
9 Millinery	3,036	3,857	3,986	3,679	4,177	3,887	3,874
10 Women's and girls' hosiery	45,014	46,359	47,744	37,521	38,197	37,700	37,974
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	74,150	76,352	78,655	51,927	56,257	57,858	59,266
12 Women's, misses' and children's footwear	134,569	134,089	138,696	108,382	105,453	107,366	108,877
13 Men's clothing	195,373	208,115	212,661	172,448	184,554	193,384	188,530
14 Men's furnishings	199,523	205,511	213,502	167,385	174,156	179,898	171,824
15 Boys' clothing and furnishings	55,354	58,657	60,513	46,740	47,355	47,914	49,377
16 Men's and boys' footwear	92,972	93,597	92,781	75,067	73,461	81,041	73,442
17 Food and kindred products(1)	44,175	48,517	56,439	37,872	38,293	35,161	30,831
18 Toiletries, cosmetics and drugs	292,087	299,246	311,834	232,972	236,374	244,592	248,692
19 Photographic equipment and supplies	50,741	49,805	51,074	51,776	51,213	50,267	50,504
20 Piece goods	16,364	16,643	17,400	19,823	19,235	20,111	20,189
21 Linens and domestics	167,630	170,257	173,833	133,771	136,731	135,934	138,495
22 Smallwares and notions	48,860	49,396	49,845	42,426	42,874	44,146	43,978
23 China and glassware	97,340	94,814	105,858	67,752	85,454	81,063	79,488
24 Floor coverings	69,400	69,302	72,374	49,494	49,513	49,418	48,622
25 Draperies, curtains and furniture coverings	72,936	74,346	74,373	65,309	65,538	66,482	66,193
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	66,021	70,690	72,983	57,872	60,684	61,711	62,573
27 Furniture	176,607	183,365	186,427	148,962	145,169	143,929	149,130
28 Major appliances	73,625	73,227	72,538	73,041	71,947	74,016	73,113
29 Television, radio and music	156,694	167,192	160,134	140,739	143,798	142,476	137,876
30 Housewares and small electrical appliances	180,537	185,400	207,329	166,425	165,575	166,059	166,928
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	171,228	174,590	171,759	142,452	144,462	149,834	156,908
32 Plumbing, heating and building materials	31,227	32,021	30,803	31,533	23,453	26,264	30,308
33 Jewellery	160,841	166,763	173,985	108,148	109,766	112,507	115,452
34 Toys and games	142,332	149,420	148,332	149,896	148,778	170,635	173,258
35 Sporting goods and luggage	142,354	148,435	155,917	139,598	138,381	138,377	139,225
36 Stationery, books and magazines	151,298	149,455	156,872	145,601	140,237	139,167	133,238
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	58,128	57,818	60,156	54,945	53,831	53,037	53,477
38 Meals and lunches(1)	781	616	780	654	658	597	411
39 Repairs and services	2,818	2,172	2,090	6,212	6,275	6,325	6,103
40 All other departments	68,475	72,082	72,740	61,679	64,536	78,748	68,770
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,952,644	4,109,786	4,213,250	3,307,889	3,377,652	3,430,343	3,407,339

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

(2) Total department store inventories are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985 ¹						Change March/February 1986	Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	Variation mars/février 1986		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
53,253	53,591	54,983	51,667	62,403	65,348	-0.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
67,067	68,356	66,465	73,494	77,551	84,410	+2.1	Formes pour dames et jeunes filles	
157,332	155,706	161,427	173,783	193,602	209,096	+6.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
35,410	35,524	35,843	33,702	37,519	30,457	-1.5	filles	
84,221	85,770	81,148	93,818	97,604	100,769	-5.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
53,658	53,097	50,698	55,081	57,105	59,886	+1.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,225	50,143	54,917	60,793	60,064	61,621	+0.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
45,899	47,522	47,626	48,568	48,078	48,480	+0.4	Sous-vêtements	8
3,215	2,800	2,920	3,816	3,409	4,010	+3.4	Chapeaux	9
38,082	38,908	40,498	39,850	42,261	42,771	+3.0	Bas pour dames et fillettes	10
61,498	65,267	68,848	75,888	72,746	74,801	+3.0	Gants, moufles et articles de parure pour	11
107,519	107,586	112,362	116,908	110,731	124,801	+3.4	dames et fillettes	
182,823	178,569	179,993	186,553	185,573	192,600	+2.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
168,023	162,690	170,365	175,103	184,126	192,096	+3.9	enfants	
50,359	47,231	51,476	55,602	54,082	56,254	+3.2	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
75,477	75,808	82,308	83,989	83,777	84,516	-0.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
33,120	32,166	37,354	46,743	49,314	28,605	+16.3	Produits alimentaires et connexes(1)	17
255,235	265,261	267,959	298,204	303,052	292,312	+4.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
50,860	50,788	48,420	49,934	51,888	51,185	+2.5	Appareils et fournitures photographiques	19
18,358	17,212	18,694	20,070	18,750	14,825	+4.5	Tissus à la pièce	20
139,787	140,189	147,342	152,762	154,015	159,632	+2.1	Literie et linge de maison	21
44,442	47,050	44,464	48,093	48,193	49,873	+0.9	Menus articles	22
79,695	81,664	84,847	84,984	94,073	96,289	+11.6	Porcelaine et verrerie	23
51,665	54,436	57,174	59,363	61,603	66,082	+4.4	Revêtements de plancher	24
70,175	69,181	69,002	69,808	69,033	69,695	--	Tentures, rideaux et housses	25
63,953	63,786	65,519	66,019	64,581	62,823	+3.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
156,306	165,594	155,333	157,846	157,848	162,671	+1.7	d'ameublement pour la maison	
73,133	70,781	69,799	71,014	68,129	67,200	-0.9	Meubles	27
138,263	141,850	136,535	142,819	145,162	149,516	-4.2	Gros appareils ménagers	28
167,177	166,916	169,656	179,336	188,650	170,738	+11.8	Téléviseurs, radios et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
157,474	159,120	163,296	169,798	170,769	166,492	-1.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
27,911	27,930	26,346	28,428	28,506	30,092	-3.8	etc.	
118,514	125,542	130,197	143,099	145,192	145,747	+4.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
185,056	182,993	162,333	163,918	147,342	147,582	-0.7	truction	
139,133	147,766	136,785	139,382	138,813	142,638	+5.0	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
132,393	136,829	142,790	144,209	150,792	148,884	+5.0	Papeterie, livres et revues	36
53,330	53,065	52,756	57,481	54,343	61,906	+4.0	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
569	277	440	268	378	340	+26.6	Repas et casse-croûtes(1)	38
6,140	5,875	3,796	2,560	2,284	2,714	-3.8	Services et travaux de réparation	39
61,255	70,169	67,435	62,478	58,646	55,459	+0.9	Tous autres rayons	40
3,451,654	3,495,779	3,535,380	3,746,925	3,748,956	3,770,776	+2.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

		1986			1985 ¹			
Department		January	February	March	March	April	May	June
No.		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.19	5.49	4.48	3.60	3.23	2.15	2.27
2	Women's and misses' coats and suits	4.89	8.00	4.82	3.23	3.60	4.92	5.48
3	Women's and misses' sportswear	5.26	5.46	4.66	3.09	3.07	2.32	2.47
4	Furs	6.27	10.62	15.30	8.75	22.23	74.94	53.93
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.04	5.12	4.10	3.34	3.68	3.58	3.55
6	Girls' and teenage girls' wear	5.02	6.39	3.89	3.15	3.06	3.20	3.41
7	Lingerie and women's sleepwear	4.21	4.42	4.13	3.08	3.47	2.64	2.68
8	Intimate apparel	5.14	5.84	4.45	3.86	3.92	3.54	3.75
9	Millinery	2.79	4.31	2.76	2.16	2.42	2.22	2.27
10	Women's and girls' hosiery	4.78	5.62	4.38	3.61	3.69	3.24	3.65
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.90	7.48	5.98	3.90	4.00	3.15	3.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6.82	7.87	5.89	4.87	4.31	3.87	4.30
13	Men's clothing	5.72	7.90	5.61	4.78	5.23	4.94	3.84
14	Men's furnishings	5.53	5.87	4.93	4.25	4.81	4.06	2.72
15	Boys' clothing and furnishings	5.67	6.44	4.24	3.82	3.38	3.23	3.73
16	Men's and boys' footwear	7.77	8.21	5.55	4.76	4.61	4.89	3.81
17	Food and kindred products	0.79	0.75	0.89	0.67	0.61	0.55	0.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	6.61	5.60	5.62	4.47	4.73	4.33	4.45
19	Photographic equipment and supplies	5.57	5.88	5.60	5.38	5.36	4.82	3.86
20	Piece goods	4.83	4.63	5.22	5.20	5.65	5.13	6.34
21	Linens and domestics	4.86	8.67	6.44	5.45	5.92	5.07	4.92
22	Smallwares and notions	5.56	6.87	5.93	4.34	5.74	6.39	6.88
23	China and glassware	8.79	10.84	10.62	6.51	8.83	6.29	7.30
24	Floor coverings	5.25	5.72	5.40	4.25	4.10	3.91	3.96
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.40	6.62	5.02	4.91	4.76	4.17	4.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.52	11.09	9.98	8.94	8.49	9.91	9.77
27	Furniture	3.28	4.39	3.80	3.31	3.22	3.06	3.03
28	Major appliances	1.57	2.33	1.75	1.79	1.81	1.62	1.54
29	Television, radio and music	3.77	4.69	4.45	3.73	4.38	5.02	4.30
30	Housewares and small electrical appliances	6.29	6.67	7.16	6.05	6.16	5.17	5.43
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.83	8.69	6.84	6.31	4.33	3.35	4.31
32	Plumbing, heating and building materials	3.90	4.47	3.85	4.29	2.54	2.21	2.88
33	Jewellery	11.94	10.65	8.26	5.89	5.85	4.67	5.34
34	Toys and games	9.33	8.38	6.18	6.44	6.91	8.43	8.09
35	Sporting goods and luggage	6.56	8.38	7.68	6.60	6.04	4.85	4.42
36	Stationery, books and magazines	5.77	5.28	5.40	5.29	5.74	5.52	5.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.17	5.64	4.88	4.66	3.81	3.51	3.48
38	Meals and lunches	0.04	0.04	0.04	0.03	0.03	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.23	0.20	0.17	0.53	0.58	0.50	0.54
40	All other departments	2.30	2.58	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.59	5.27	4.60	3.77	3.85	3.45	3.44

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985 ^r							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
3.02	2.83	3.02	3.83	3.33	2.34	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
10.13	5.07	4.19	3.88	2.72	3.09	formes pour dames et jeunes filles		
2.78	2.51	2.22	2.85	3.14	1.95	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
29.10	15.28	10.69	7.46	4.91	2.84	filles		
4.27	3.09	3.10	3.87	3.23	2.45	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
4.70	1.83	3.02	3.74	2.51	1.59	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.51	2.93	3.04	4.11	3.14	1.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.71	3.81	3.20	4.71	4.63	3.24	Sous-vêtements	8	
1.90	2.01	2.06	2.23	1.61	1.45	Chapeaux	9	
4.88	4.54	3.26	3.50	3.50	2.27	Bas pour dames et fillettes	10	
4.82	4.64	3.93	4.89	3.23	1.55	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
4.91	4.10	3.57	4.02	2.73	3.52	dames et fillettes		
5.65	5.60	4.39	5.24	3.33	2.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
3.48	3.62	3.53	4.60	2.98	1.21	enfants		
5.72	1.69	3.83	4.97	3.04	1.78	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
4.84	4.54	4.38	5.54	3.53	2.79	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.52	0.71	0.79	0.64	0.33	Produits alimentaires et connexes	17	
4.95	4.55	4.66	6.18	5.14	1.94	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
4.17	3.58	4.29	5.52	4.04	1.58	Appareils et fournitures photographiques	19	
5.68	4.91	4.54	5.53	4.55	5.27	Tissus à la pièce	20	
4.32	3.78	3.83	4.58	4.21	3.17	Literie et linge de maison	21	
6.55	6.49	3.93	5.45	4.52	4.21	Menus articles	22	
7.41	7.94	6.28	8.29	5.22	2.83	Porcelaine et verrerie	23	
3.70	4.03	3.53	3.41	2.78	5.14	Revêtements de plancher	24	
4.33	4.48	4.26	4.31	3.94	3.97	Tentures, rideaux et housses	25	
8.71	8.25	8.10	8.70	5.88	2.82	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
2.87	3.33	2.84	2.83	2.72	3.78	d'ameublement pour la maison		
1.31	1.31	1.21	1.34	1.24	1.14	Meubles	27	
3.94	2.94	2.46	3.46	3.00	1.68	Gros appareils ménagers	28	
5.14	4.56	4.88	5.14	4.35	1.78	Téléviseurs, radios et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
4.50	5.30	5.79	5.86	4.55	3.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
2.29	2.83	2.69	2.65	2.64	3.16	etc.		
6.18	6.11	5.26	7.86	4.93	1.73	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
9.07	9.37	9.98	8.45	3.06	1.07	truction		
4.57	5.53	5.97	8.06	5.26	2.61	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
6.25	3.89	4.33	6.76	4.21	1.77	Papeterie, livres et revues	36	
3.49	3.80	3.56	3.18	2.15	3.52	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	réparation et fournitures		
0.59	0.55	0.34	0.19	0.14	0.17	Repas et casse-croûtes	38	
1.69	1.95	2.36	2.50	2.06	0.79	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
3.73	3.42	3.40	4.03	3.14	1.90	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

Department No.	1986			1985 ^r			
	January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
	Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Jun
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.19	0.24	0.31	0.32	0.43	0.39
2 Women's and misses' coats and suits	0.20	0.14	0.21	0.32	0.27	0.19	0.16
3 Women's and misses' sportswear	0.21	0.19	0.24	0.34	0.33	0.42	0.37
4 Furs	0.16	0.10	0.06	0.10	0.06	0.01	0.02
5 Infants' and children's wear and nursery	0.23	0.21	0.25	0.32	0.30	0.27	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.18	0.28	0.34	0.31	0.32	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.23	0.26	0.34	0.31	0.37	0.34
8 Intimate apparel	0.20	0.17	0.23	0.27	0.26	0.28	0.26
9 Millinery	0.22	0.26	0.32	0.40	0.49	0.41	0.40
10 Women's and girls' hosiery	0.21	0.18	0.24	0.29	0.28	0.29	0.26
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.16	0.14	0.18	0.27	0.26	0.30	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.15	0.13	0.19	0.23	0.23	0.25	0.22
13 Men's clothing	0.15	0.14	0.19	0.22	0.20	0.20	0.24
14 Men's furnishings	0.19	0.18	0.22	0.25	0.22	0.25	0.32
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.24	0.27	0.30	0.29	0.27
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.19	0.24	0.22	0.21	0.22
17 Food and kindred products	1.54	1.40	1.21	1.53	1.66	1.74	1.64
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.16	0.16	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22
19 Photographic equipment and supplies	0.19	0.16	0.19	0.20	0.20	0.20	0.25
20 Piece goods	0.19	0.22	0.22	0.22	0.16	0.20	0.15
21 Linens and domestics	0.20	0.12	0.16	0.19	0.18	0.20	0.20
22 Smallwares and notions	0.16	0.15	0.17	0.24	0.19	0.16	0.14
23 China and glassware	0.10	0.09	0.10	0.14	0.13	0.16	0.13
24 Floor coverings	0.19	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.15	0.20	0.21	0.21	0.24	0.23
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.09	0.11	0.12	0.12	0.10	0.10
27 Furniture	0.29	0.23	0.27	0.31	0.32	0.32	0.33
28 Major appliances	0.65	0.44	0.56	0.57	0.56	0.61	0.63
29 Television, radio and music	0.26	0.22	0.23	0.28	0.24	0.19	0.22
30 Housewares and small electrical appliances	0.17	0.15	0.15	0.17	0.17	0.19	0.19
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.14	0.12	0.15	0.17	0.24	0.31	0.24
32 Plumbing, heating and building materials	0.22	0.22	0.27	0.28	0.35	0.45	0.36
33 Jewellery	0.09	0.09	0.13	0.18	0.18	0.21	0.18
34 Toys and games	0.11	0.12	0.17	0.16	0.16	0.12	0.12
35 Sporting goods and luggage	0.14	0.12	0.14	0.17	0.18	0.20	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.18	0.18	0.20	0.19	0.18	0.18	0.18
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.17	0.17	0.22	0.22	0.27	0.28	0.28
38 Meals and lunches	33.55	24.30	28.43	36.66	32.29	33.96	40.31
39 Repairs and services	4.36	4.30	5.83	1.99	1.75	1.96	1.88
40 All other departments	0.48	0.39	0.48	0.52	0.51	0.56	0.48
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.19	0.23	0.27	0.27	0.28	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

1985 ^r							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.36	0.35	0.33	0.30	0.31	0.39	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
0.12	0.21	0.25	0.28	0.34	0.28	Formes pour dames et jeunes filles		
0.36	0.41	0.45	0.39	0.34	0.45	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
0.04	0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	filles		
0.26	0.31	0.31	0.30	0.30	0.40	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
0.25	0.50	0.32	0.29	0.40	0.51	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
0.40	0.35	0.34	0.29	0.35	0.69	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
0.27	0.27	0.29	0.24	0.22	0.30	Sous-vêtements	8	
0.50	0.50	0.55	0.56	0.67	0.71	Chapeaux	9	
0.21	0.24	0.30	0.29	0.30	0.41	Bas pour dames et fillettes	10	
0.22	0.23	0.27	0.24	0.32	0.51	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
0.21	0.25	0.28	0.26	0.34	0.29	dames et fillettes		
0.18	0.20	0.22	0.21	0.30	0.42	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
0.28	0.28	0.29	0.25	0.35	0.66	enfants		
0.21	0.47	0.28	0.24	0.30	0.50	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
0.21	0.22	0.24	0.20	0.27	0.32	Chaussures pour hommes et garçons	16	
1.57	1.90	1.50	1.40	1.62	2.26	Produits alimentaires et connexes	17	
0.21	0.22	0.21	0.20	0.20	0.42	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
0.25	0.28	0.22	0.21	0.24	0.54	Appareils et fournitures photographiques	19	
0.17	0.21	0.22	0.21	0.21	0.16	Tissus à la pièce	20	
0.23	0.26	0.26	0.23	0.25	0.32	Literie et linge de maison	21	
0.15	0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	Menus articles	22	
0.14	0.13	0.16	0.13	0.21	0.36	Porcelaine et verrerie	23	
0.28	0.25	0.27	0.31	0.36	0.22	Revêtements de plancher	24	
0.24	0.22	0.23	0.24	0.25	0.25	Tentures, rideaux et housses	25	
0.12	0.12	0.12	0.13	0.16	0.30	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
0.36	0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	d'ameublement pour la maison		
0.76	0.73	0.80	0.82	0.81	0.86	Meubles	27	
0.25	0.35	0.38	0.33	0.35	0.56	Gros appareils ménagers	28	
0.19	0.22	0.20	0.21	0.25	0.45	Téléviseurs, radios et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
0.21	0.19	0.17	0.19	0.21	0.30	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
0.42	0.35	0.36	0.41	0.39	0.36	etc.		
0.17	0.17	0.19	0.15	0.21	0.50	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
0.12	0.11	0.10	0.14	0.28	0.63	truction		
0.22	0.18	0.16	0.14	0.18	0.35	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
0.17	0.25	0.24	0.16	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36	
0.28	0.27	0.27	0.36	0.43	0.33	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
						réparation et fournitures		
41.55	52.59	57.36	64.19	81.42	92.71	Repas et casse-croûtes	38	
1.74	1.78	2.22	4.23	6.69	6.05	Services et travaux de réparation	39	
0.55	0.56	0.41	0.44	0.46	0.98	Tous autres rayons	40	
0.26	0.29	0.28	0.27	0.32	0.47	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512 ^r	2,123,008 ^r	-4.2 ^r	+11.8 ^r
March - Mars	1,695,173	1,880,825 ^r	2,102,172 ^p	-1.0 ^p	+11.8 ^p
April - Avril	1,709,386	1,897,041			
May - Mai	1,708,247	1,897,723			
June - Juin	1,719,376	1,887,639			
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,520 ^r			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984 ^r	1985 ^r	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0 ^r	+0.3 ^r	+11.3 ^r
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,116.0 ^r	+0.9 ^r	+11.8 ^r
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,133.0 ^p	+0.8 ^p	+11.7 ^p
April - Avril	1,735.0	1,924.0			
May - Mai	1,744.0	1,938.0			
June - Juin	1,773.0	1,946.0			
July - Juillet	1,784.0	1,972.0			
August - Août	1,789.0	2,002.0			
September - Septembre	1,804.0	2,019.0			
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates(1), 1984-1986

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants(1), 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1981 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
1984^r:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,800	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,890	+4.2	9,945,256	+1.5
1985^r:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January ^r - Janvier ^r	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February ^r - Février ^r	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					

(1) Unadjusted data in 1981 constant dollars are also available for the period of January 1981 to December 1983.

(1) Les données non-désaisonnalisées, en dollars constants de 1981, sont également disponibles pour la période de janvier 1981 à décembre 1983.

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1986

No.	Department	Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in March	February ^r	March ^P	April(1)
		MDC en mars	Février ^r	Mars ^P	Avril(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	60.86	87.51	108.17
2	Women's and misses' coats and suits	7	67.65	110.14	106.03
3	Women's and misses' sportswear	4	68.04	94.86	97.92
4	Furs	12	88.83	54.04	...
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	71.77	89.85	100.61
6	Girls' and teenage girls' wear	4	57.58	103.20	99.23
7	Lingerie and women's sleepwear	4	61.10	74.31	79.58
8	Intimate apparel	4	70.66	94.84	102.08
9	Millinery	7	53.16	59.78	79.25
10	Women's and girls' hosiery	3	70.08	99.65	103.94
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	51.84	75.40	85.26
12	Women's, misses' and children's footwear	5	57.38	92.20	110.46
13	Men's clothing	4	55.62	87.35	89.01
14	Men's furnishings	4	55.04	76.36	79.16
15	Boys' clothing and furnishings	5	55.45	88.55	103.55
16	Men's and boys' footwear	6	56.63	90.77	106.22
17	Food and kindred products	4	99.43	90.34	101.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	75.79	85.85	85.91
19	Photographic equipment and supplies	4	59.68	72.32	78.21
20	Piece goods	6	87.35	106.58	91.74
21	Linens and domestics	3	58.45	79.75	81.19
22	Smallwares and notions	4	80.15	94.34	88.60
23	China and glassware	5	58.96	73.77	72.19
24	Floor coverings	5	76.95	96.44	98.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	68.54	92.72	102.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	62.06	79.21	81.48
27	Furniture	4	74.17	94.73	98.04
28	Major appliances	5	69.67	87.01	90.65
29	Television, radio and music	5	71.05	85.86	79.98
30	Housewares and small electrical appliances	3	71.62	72.42	78.42
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	54.72	74.02	108.02
32	Plumbing, heating and building materials	5	63.27	76.86	107.54
33	Jewellery	3	53.57	75.99	80.98
34	Toys and games	4	44.59	63.35	69.67
35	Sporting goods and luggage	3	55.76	75.09	97.52
36	Stationery, books and magazines	4	70.61	78.21	77.66
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	66.23	79.81	100.35
38	Meals and lunches	3	79.55	94.09	94.19
39	Repairs and services	6	80.39	94.69	93.43
40	All other departments	5	64.75	85.28	101.63
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	67.15	84.88	92.00

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1986

Stocks - Seasonal factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in March	February ¹	March ¹	April(2)		
MDC en mars	Février ¹	Mars ¹	Avril(2)		
3	91.25	110.38	118.96	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	97.62	100.08	87.33	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2	96.75	111.45	115.11	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	82.89	81.74	81.67	Fourrures	4
4	87.34	95.54	110.54	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
3	95.89	110.87	106.32	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3	85.77	95.38	108.55	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	96.99	99.49	102.84	Sous-vêtements	8
5	92.25	70.01	89.04	Chapeaux	9
3	94.76	105.08	109.38	Bas pour dames et fillettes	10
3	88.49	102.43	104.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	96.10	112.90	116.10	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	89.23	99.93	103.59	Vêtements pour hommes	13
3	89.97	100.70	111.56	Articles d'habillement pour hommes	14
4	99.67	103.79	103.10	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	90.06	102.16	111.09	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
3	89.53	97.69	101.18	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	87.08	96.69	106.67	Appareils et fournitures photographiques	19
4	86.25	109.39	96.61	Tissus à la pièce	20
3	99.07	100.68	108.40	Literie et linge de maison	21
4	86.78	88.57	108.35	Menus articles	22
3	93.33	97.46	99.66	Porcelaine et verrerie	23
3	96.39	101.11	102.36	Revêtements de plancher	24
3	95.98	101.25	104.10	Tentures, rideaux et housses	25
4	91.18	99.23	98.44	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	94.72	100.69	107.99	Meubles	27
4	105.97	103.44	105.15	Gros appareils ménagers	28
3	91.55	99.70	107.28	Téléviseurs, radios et musique	29
3	91.91	95.40	105.90	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3	88.94	99.79	102.51	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	90.11	99.80	108.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	93.32	99.61	102.56	Bijouterie	33
4	75.10	81.08	99.19	Jouets et jeux	34
3	81.49	96.62	117.59	Articles de sport et valises	35
3	84.80	90.45	100.99	Papeterie, livres et revues	36
5	91.97	99.34	104.57	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
5	93.12	98.92	100.72	Services et travaux de réparation	39
5	81.31	100.28	114.68	Tous autres rayons	40
3	90.60	99.32	105.38	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

DEPARTMENT STORE SALES AND STOCKS

REVISED ESTIMATES, 1985

VENTES ET STOCKS DES GRANDS MAGASINS

ESTIMATIONS RÉVISÉES, 1985

TABLE 32. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1985

No.	Department	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,857	10,054	15,827	19,099	25,147	18,874
2	Women's and misses' coats and suits	13,148	12,112	21,186	17,401	10,924	7,666
3	Women's and misses' sportswear	33,105	38,002	55,553	57,730	71,734	57,581
4	Furs	5,122	3,539	1,705	1,215	386	555
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,360	18,267	23,097	25,154	23,718	21,818
6	Girls' and teenage girls' wear	8,765	9,727	18,744	17,776	18,241	13,527
7	Lingerie and women's sleepwear	11,831	12,085	15,449	15,976	20,143	16,588
8	Intimate apparel	9,067	7,928	11,305	11,612	12,584	11,670
9	Millinery	1,558	1,069	1,179	1,515	1,348	1,089
10	Women's and girls' hosiery	8,552	7,590	10,813	11,361	11,574	9,267
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,171	9,180	13,746	14,686	16,863	12,873
12	Women's, misses' and children's footwear	15,371	14,277	24,925	28,484	29,441	23,034
13	Men's clothing	23,394	23,040	35,906	36,637	38,631	42,670
14	Men's furnishings	26,290	26,319	39,157	40,142	48,048	55,529
15	Boys' clothing and furnishings	7,722	7,373	12,535	14,408	13,260	11,409
16	Men's and boys' footwear	10,666	9,187	16,026	17,697	18,483	17,776
17	Food and kindred products	51,845	61,856	56,138	63,068	64,008	54,035
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,134	43,798	50,385	50,545	54,188	50,511
19	Photographic equipment and supplies	8,686	7,143	9,237	10,190	10,591	12,694
20	Piece goods	2,806	3,130	4,149	3,312	4,032	3,121
21	Linens and domestics	31,360	18,082	24,667	25,073	29,360	28,282
22	Smallwares and notions	9,262	7,386	8,651	8,120	7,483	6,826
23	China and glassware	7,946	7,887	10,144	9,632	13,474	10,274
24	Floor coverings	8,841	9,143	11,711	12,349	13,137	12,510
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,893	9,771	13,429	14,364	16,327	15,156
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,563	4,787	6,403	7,040	6,408	6,212
27	Furniture	42,669	32,951	45,260	48,873	49,727	49,186
28	Major appliances	39,893	32,286	41,867	41,924	45,442	45,061
29	Television, radio and music	32,792	29,117	37,678	35,042	29,059	31,518
30	Housewares and small electrical appliances	25,498	26,051	26,031	28,583	32,284	31,403
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,869	16,554	22,570	34,178	47,424	39,905
32	Plumbing, heating and building materials	6,868	5,756	7,315	10,027	11,487	9,690
33	Jewellery	10,817	12,325	18,174	19,275	24,284	20,038
34	Toys and games	12,534	13,054	18,893	21,383	18,223	18,960
35	Sporting goods and luggage	18,838	16,132	20,308	26,837	32,932	32,100
36	Stationery, books and magazines	22,113	21,397	24,734	24,703	26,250	24,886
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,889	10,041	11,563	14,856	15,342	14,690
38	Meals and lunches	19,353	17,630	21,869	21,182	21,308	20,314
39	Repairs and services	10,886	9,123	11,565	10,885	12,149	11,635
40	All other departments	24,774	21,916	29,183	34,591	45,181	36,402
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	906,925	990,625	907,335

TABLEAU 32. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1985

1985							Rayon	N ^o
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Total		
Thousands of dollars milliers de dollars								
17,248	17,824	16,777	18,239	21,840	25,530	215,316	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,073	16,211	21,679	27,934	33,955	22,958	212,247	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
52,421	60,921	69,204	67,567	71,390	89,393	724,601	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,197	2,445	3,942	5,988	9,384	10,871	46,349	Fourrures	4
21,846	28,488	25,895	28,816	31,952	39,902	307,313	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
13,676	30,126	17,091	16,725	24,934	27,148	216,480	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,156	16,108	16,609	18,662	28,987	49,619	240,213	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,454	11,992	12,696	11,106	11,885	15,644	138,943	Sous-vêtements	8
1,193	1,150	1,439	2,251	3,691	4,360	21,842	Chapeaux	9
7,170	8,903	12,148	12,026	13,679	18,167	131,250	Bas pour dames et fillettes	10
10,788	12,966	17,429	20,405	33,100	45,509	217,716	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
21,099	26,123	30,827	31,173	40,716	31,951	317,421	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
29,627	36,896	42,783	43,595	67,378	85,848	506,405	Vêtements pour hommes	13
41,988	42,831	47,670	47,456	80,034	132,183	627,647	Articles d'habillement pour hommes	14
10,903	24,794	12,921	14,271	19,507	26,813	175,916	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,187	16,557	18,272	17,468	25,635	26,800	209,754	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,102	62,110	52,306	59,062	77,651	87,869	740,050	Produits alimentaires et connexes	17
49,399	54,159	50,207	58,339	75,711	139,271	720,647	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,362	13,960	10,316	10,989	14,512	28,063	148,743	Appareils et fournitures photographiques	19
3,124	3,711	3,892	4,227	4,490	2,870	42,864	Tissus à la pièce	20
31,758	34,275	33,504	32,594	39,110	53,177	381,242	Literie et linge de maison	21
7,350	7,574	10,412	9,147	10,348	12,742	105,301	Menus articles	22
10,455	10,324	12,470	10,613	20,475	38,799	162,493	Porcelaine et verrerie	23
14,385	13,693	14,288	17,015	20,572	14,310	161,954	Revêtements de plancher	24
16,232	15,231	15,132	16,694	17,698	17,953	177,880	Tentures, rideaux et housses	25
7,392	8,030	8,085	9,063	12,515	18,876	100,374	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
54,593	45,912	50,179	57,851	54,712	49,221	581,134	Meubles	27
52,979	48,418	49,799	55,046	60,062	63,042	575,819	Gros appareils ménagers	28
33,653	47,884	49,269	45,033	55,981	87,929	514,955	Télévision, radio et musique	29
32,496	36,452	33,206	36,658	51,027	84,726	444,415	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
35,819	30,762	26,269	31,726	38,794	50,654	395,524	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,537	9,288	9,065	10,716	11,273	12,426	115,448	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
18,371	19,805	22,442	20,787	36,564	78,333	301,215	Bijouterie	33
20,216	21,322	19,491	30,756	63,568	92,243	350,643	Jouets et jeux	34
29,996	25,082	21,371	20,840	29,201	49,579	323,216	Articles de sport et valises	35
22,763	35,805	33,336	23,770	44,438	72,478	376,673	Papeterie, livres et revues	36
14,155	13,427	13,427	19,830	25,163	21,235	185,618	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,359	22,246	20,563	22,725	26,299	33,284	267,132	Repas et casse-croûtes	38
11,141	11,305	11,047	13,407	16,555	15,176	144,874	Services et travaux de réparation	39
33,991	34,835	27,385	31,083	34,651	56,966	410,958	Tous autres rayons	40
875,654	979,945	964,843	1,031,653	1,359,437	1,833,918	12,038,585	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 33. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985

Province No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	6,952	7,096	9,731	11,074	12,108	11,491
2 Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,369	5,531	5,677
3 Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	29,437	31,526	30,710
4 New Brunswick	13,276	12,894	18,127	20,124	21,776	19,977
5 Quebec	130,436	121,067	160,174	176,167	199,264	173,703
6 Ontario	248,605	230,686	304,119	330,247	358,424	332,431
7 Manitoba	34,415	33,067	46,213	49,333	51,033	46,421
8 Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,319	31,499	28,456
9 Alberta	97,925	91,754	117,811	118,219	131,665	118,427
10 British Columbia	115,658	107,002	134,497	137,636	147,799	140,042
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	692,108	647,065	849,077	906,925	990,625	907,335

TABLE 34. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985

Selected metropolitan areas No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	37,702	35,612	45,068	45,385	50,471	46,161
2 Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,603	59,076	52,602
3 Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	16,453	17,885	17,083
4 Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,707	26,387	24,301
5 Montreal	78,812	73,022	94,865	102,973	115,914	101,464
6 Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	39,418	45,490	39,871
7 Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,844	28,547	24,820
8 Toronto	99,553	95,090	125,686	131,181	139,376	133,086
9 Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,887	87,331	84,484
10 Winnipeg	31,341	29,981	41,482	44,652	46,154	41,743

TABLEAU 33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1985

July	August	September	October	November	December	Total	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,794	12,654	11,290	13,196	17,763	24,101	148,250	Terre-Neuve	1
6,595	6,559	5,012	5,701	6,883	9,398	69,218	Île-du-Prince-Édouard	2
28,983	32,191	29,139	33,547	47,747	63,291	389,817	Nouvelle-Écosse	3
18,852	21,391	19,570	21,996	31,639	41,353	260,975	Nouveau-Brunswick	4
164,993	190,292	179,505	200,483	246,196	331,003	2,273,283	Québec	5
322,440	357,963	350,990	387,148	532,619	713,092	4,468,764	Ontario	6
45,315	50,957	50,634	50,329	66,545	89,379	613,641	Manitoba	7
28,281	31,460	30,531	30,529	43,466	56,369	380,917	Saskatchewan	8
115,381	129,117	134,799	135,332	173,073	234,218	1,597,721	Alberta	9
134,021	147,360	153,372	153,392	193,506	271,713	1,835,998	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
875,654	979,945	964,843	1,031,653	1,359,437	1,833,918	12,038,585	CANADA	12

TABLEAU 34. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985

July	August	September	October	November	December	Total	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
44,364	49,407	52,048	52,006	66,852	90,368	615,444	Calgary	1
51,338	58,667	60,521	60,647	77,616	104,187	715,029	Edmonton	2
16,045	17,632	16,888	19,767	28,243	34,926	221,466	Halifax-Dartmouth	3
23,652	24,868	26,562	28,416	38,565	56,971	331,972	Hamilton	4
93,809	112,176	108,016	119,668	147,293	199,524	1,347,536	Montréal	5
38,505	42,826	42,893	45,364	62,052	80,619	533,221	Ottawa-Hull	6
24,004	25,914	25,481	27,125	33,229	41,609	311,435	Ville de Québec	7
124,716	141,675	146,586	159,329	219,175	290,645	1,806,098	Toronto	8
77,798	84,663	93,003	91,465	116,116	160,927	1,091,560	Vancouver	9
41,069	45,816	45,929	45,427	60,143	80,027	553,764	Winnipeg	10

TABLE 35. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985

Province No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,298
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	95,540
6 Ontario	153,708	138,416	185,694	191,542	206,083	194,652
7 Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065
10 British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	453,711	409,143	537,063	549,344	594,109	550,221

TABLE 36. Major Department Store Monthly Sales , by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985

Selected metropolitan areas No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846
2 Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292
5 Montreal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	64,188
6 Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	94,251
9 Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1985

July	August	September	October	November	December	Total	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			N°
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
9,723	10,414	10,693	11,856	17,170	20,974	134,212	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
91,020	105,825	105,573	116,977	149,089	184,733	1,288,754	Québec	5
190,466	209,078	222,536	236,110	330,539	426,447	2,685,271	Ontario	6
28,534	31,337	35,158	32,074	44,075	57,022	394,681	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
83,289	92,665	101,277	100,170	129,972	173,191	1,182,462	Alberta	9
102,606	111,154	120,883	117,901	150,019	207,433	1,427,115	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
532,232	588,786	626,857	645,007	863,911	1,123,687	7,474,071	CANADA	12

TABLEAU 36. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985

[illegible]

TABLE 37. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1985

Province No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	19,720	21,267	20,412
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	80,229	89,375	78,162
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	138,705	152,341	137,779
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	18,443	20,055	17,355
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	31,524	36,422	32,362
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,940	34,725	32,099
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	357,581	396,516	357,114

TABLE 38. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1985

Selected metropolitan areas No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	7,655	7,707	10,298	10,707	12,477	11,315
2 Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,598	15,738	13,665
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	5,868	7,235	7,606	7,008
5 Montreal	26,840	25,978	33,087	37,860	41,819	37,276
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,585	18,416	15,789
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	32,185	38,114	41,966	38,835
9 Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,919	12,913	11,912
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1985

July	August	September	October	November	December	Total	Province	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
19,260	21,777	18,446	21,691	30,577	42,317	255,605	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,973	84,468	73,933	83,507	97,107	146,269	984,530	Québec	5
131,974	148,885	128,454	151,038	202,080	286,645	1,783,493	Ontario	6
16,781	19,620	15,476	18,255	22,470	32,357	218,959	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
32,091	36,453	33,523	35,162	43,101	61,027	415,259	Alberta	9
31,415	36,206	32,489	35,491	43,487	64,280	408,883	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	-	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
343,422	391,160	337,985	386,646	495,526	710,230	4,564,513	CANADA	12

TABLEAU 38. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1985

[illegible]

TABLE 39. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, Revised, 1985

Department	1985					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,141	43,993	56,955	61,626	54,107	42,935
2 Women's and misses' coats and suits	48,368	65,516	68,340	62,638	53,789	41,992
3 Women's and misses' sportswear	128,214	150,980	171,399	177,275	166,346	142,267
4 Furs	23,692	19,658	14,917	27,009	28,928	29,931
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,575	67,973	77,245	92,475	84,937	77,517
6 Girls' and teenage girls' wear	37,196	51,030	59,132	54,433	58,342	46,088
7 Lingerie and women's sleepwear	44,113	42,405	47,653	55,508	53,175	44,432
8 Intimate apparel	46,378	41,490	43,624	45,563	44,588	43,749
9 Millinery	3,115	3,418	2,548	3,661	2,990	2,470
10 Women's and girls' hosiery	37,849	34,836	38,986	41,932	37,480	33,836
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,880	48,511	53,600	58,756	53,111	45,271
12 Women's, misses' and children's footwear	87,724	99,585	121,486	122,633	113,930	99,148
13 Men's clothing	124,500	156,531	171,752	191,503	190,644	163,647
14 Men's furnishings	142,944	145,075	166,369	193,164	194,853	151,046
15 Boys' clothing and furnishings	42,703	45,631	47,836	48,627	42,819	42,516
16 Men's and boys' footwear	59,460	57,489	76,236	81,631	90,324	67,774
17 Food and kindred products	41,803	35,361	37,872	38,293	35,161	30,831
18 Toiletries, cosmetics and drugs	255,284	208,248	225,060	239,284	234,780	224,820
19 Photographic equipment and supplies	55,440	44,500	49,665	54,573	51,054	49,042
20 Piece goods	17,929	16,873	21,571	18,699	20,683	19,788
21 Linens and domestics	128,166	127,853	134,314	148,331	148,825	139,079
22 Smallwares and notions	38,134	35,879	37,555	46,594	47,806	46,963
23 China and glassware	75,047	74,719	66,029	85,074	84,766	75,041
24 Floor coverings	50,685	47,734	49,746	50,618	51,347	49,585
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,015	60,655	65,910	68,404	68,008	64,093
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,311	53,190	57,261	59,788	63,533	60,679
27 Furniture	144,903	145,868	149,735	157,170	152,328	148,934
28 Major appliances	67,224	72,678	74,982	75,702	73,394	69,332
29 Television, radio and music	133,395	128,146	140,488	153,528	145,992	135,513
30 Housewares and small electrical appliances	164,758	151,991	157,505	175,982	166,909	170,398
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,390	120,579	142,450	147,905	158,719	172,108
32 Plumbing, heating and building materials	24,203	21,786	31,394	25,482	25,361	27,907
33 Jewellery	109,039	96,901	107,128	112,841	113,439	107,096
34 Toys and games	112,548	109,764	121,590	147,814	153,617	153,417
35 Sporting goods and luggage	113,387	110,606	133,988	162,203	159,668	141,910
36 Stationery, books and magazines	135,276	125,423	130,744	141,714	144,907	130,186
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,866	50,203	53,851	56,541	53,906	51,150
38 Meals and lunches	984	539	654	658	597	411
39 Repairs and services	5,455	5,566	6,085	6,322	6,081	6,268
40 All other departments	58,355	50,976	61,896	74,341	86,123	67,033
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,015,449	2,970,159	3,275,551	3,566,295	3,517,367	3,216,203

(1) At selling value.

TABLEAU 39. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985

1985							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars								
milliers de dollars								
52,035	50,520	50,641	69,819	72,811	59,616	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
71,654	82,262	90,837	108,353	92,485	71,025	formes pour dames et jeunes filles		
145,696	152,682	153,876	192,304	223,853	174,064	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
34,836	37,360	42,135	44,681	46,101	30,895	filles		
93,305	88,047	80,233	111,554	103,313	97,753	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
64,292	55,065	51,635	62,551	62,497	43,215	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
45,570	47,129	50,512	76,629	91,050	53,362	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
42,524	45,661	40,634	52,280	54,968	50,701	Sous-vêtements	8	
2,267	2,308	2,964	5,017	5,954	6,326	Chapeaux	9	
34,978	40,429	39,576	42,045	47,865	41,199	Bas pour dames et fillettes	10	
51,969	60,155	68,465	99,856	106,837	70,711	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
103,552	107,102	110,052	125,431	111,157	112,321	dames et fillettes		
167,514	206,692	188,030	228,411	224,510	181,695	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
146,076	159,033	168,183	218,422	238,172	159,734	enfants		
62,408	42,024	49,453	70,998	59,209	47,694	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
73,535	75,167	79,976	96,847	90,411	74,833	Chaussures pour hommes et garçons	16	
33,120	32,166	37,354	46,743	49,314	28,605	Produits alimentaires et connexes	17	
244,390	246,235	233,731	360,592	389,295	270,021	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
51,599	49,928	44,255	60,661	58,695	44,331	Appareils et fournitures photographiques	19	
17,758	18,215	17,663	23,369	20,425	15,124	Issus à la pièce	20	
137,044	129,658	128,387	149,149	164,498	168,711	Literie et linge de maison	21	
48,143	49,133	40,914	49,836	46,738	53,583	Menus articles	22	
77,449	81,931	78,364	87,978	106,838	109,654	Porcelaine et verrerie	23	
53,258	55,176	50,390	57,981	57,213	73,604	Revêtements de plancher	24	
70,348	68,186	64,527	71,909	69,702	71,273	Tentures, rideaux et housses	25	
64,352	66,253	65,483	78,814	73,611	53,262	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
156,706	152,710	142,538	163,966	148,687	185,971	d'ameublement pour la maison		
69,632	63,275	60,490	73,798	74,558	71,931	Meubles	27	
132,625	140,840	121,105	155,783	167,867	148,102	Gros appareils ménagers	28	
166,944	166,287	162,028	188,367	222,166	150,646	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
161,250	163,188	152,176	185,816	176,397	159,721	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
26,458	26,308	24,350	28,388	29,780	39,283	etc.		
113,481	121,103	118,100	163,471	180,327	135,483	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
183,356	199,802	194,485	259,909	194,629	98,498	truction		
136,961	138,586	127,607	167,881	153,511	129,595	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
142,334	139,433	144,200	160,725	187,162	128,118	Papeterie, livres et revues	36	
49,351	51,032	47,809	63,086	53,992	74,819	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
569	277	440	268	378	340	réparation et fournitures		
6,538	6,178	3,752	2,586	2,364	2,649	Repas et casse-croûtes	38	
57,471	67,801	64,673	77,826	71,408	45,246	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
3,393,348	3,481,337	3,392,023	4,284,100	4,330,748	3,533,714	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Valeur de vente.

TABLE 40. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1985

No.	Department	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.44	5.92	5.07	4.92
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44

TABLEAU 40. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985

1985							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
3.02	2.83	3.02	3.83	3.33	2.34	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
10.13	5.07	4.19	3.88	2.72	3.09	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
2.78	2.51	2.22	2.85	3.14	1.95	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
29.10	15.28	10.69	7.46	4.91	2.84	Fourrures	4	
4.27	3.09	3.10	3.87	3.23	2.45	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
4.70	1.83	3.02	3.74	2.51	1.59	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.51	2.93	3.04	4.11	3.14	1.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.71	3.81	3.20	4.71	4.63	3.24	Sous-vêtements	8	
1.90	2.01	2.06	2.23	1.61	1.45	Chapeaux	9	
4.88	4.54	3.26	3.50	3.50	2.27	Bas pour dames et fillettes	10	
4.82	4.64	3.93	4.89	3.23	1.55	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
4.91	4.10	3.57	4.02	2.73	3.52	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
5.65	5.60	4.39	5.24	3.33	2.12	Vêtements pour hommes	13	
3.48	3.62	3.53	4.60	2.98	1.21	Articles d'habillement pour hommes	14	
5.72	1.69	3.83	4.97	3.04	1.78	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
4.84	4.54	4.38	5.54	3.53	2.79	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.52	0.71	0.79	0.64	0.33	Produits alimentaires et connexes	17	
4.95	4.55	4.66	6.18	5.14	1.94	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
4.17	3.58	4.29	5.52	4.04	1.58	Appareils et fournitures photographiques	19	
5.68	4.91	4.54	5.53	4.55	5.27	Tissus à la pièce	20	
4.32	3.78	3.83	4.58	4.21	3.17	Literie et linge de maison	21	
6.55	6.49	3.93	5.45	4.52	4.21	Menus articles	22	
7.41	7.94	6.28	8.29	5.22	2.83	Porcelaine et verrerie	23	
3.70	4.03	3.53	3.41	2.78	5.14	Revêtements de plancher	24	
4.33	4.48	4.26	4.31	3.94	3.97	Tentures, rideaux et housses	25	
8.71	8.25	8.10	8.70	5.88	2.82	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
2.87	3.33	2.84	2.83	2.72	3.78	Meubles	27	
1.31	1.31	1.21	1.34	1.24	1.14	Gros appareils ménagers	28	
3.94	2.94	2.46	3.46	3.00	1.68	Télévision, radio et musique	29	
5.14	4.56	4.88	5.14	4.35	1.78	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
4.50	5.30	5.79	5.86	4.55	3.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
2.29	2.83	2.69	2.65	2.64	3.16	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
6.18	6.11	5.26	7.86	4.93	1.73	Bijouterie	33	
9.07	9.37	9.98	8.45	3.06	1.07	Jouets et jeux	34	
4.57	5.53	5.97	8.06	5.26	2.61	Articles de sport et valises	35	
6.25	3.89	4.33	6.76	4.21	1.77	Papeterie, livres et revues	36	
3.49	3.80	3.56	3.18	2.15	3.52	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	Repas et casse-croûtes	38	
0.59	0.55	0.34	0.19	0.14	0.17	Services et travaux de réparation	39	
1.69	1.95	2.36	2.50	2.06	0.79	Tous autres rayons	40	
3.73	3.42	3.40	4.03	3.14	1.90	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 41. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1985

No.	Department	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.43	0.39
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.27	0.19	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.37
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.26	0.32	0.30	0.27	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.49	0.41	0.40
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.30	0.29	0.27
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.21	0.22
17	Food and kindred products	1.59	1.60	1.53	1.66	1.74	1.64
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.20	0.20	0.25
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.15
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.14
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.63
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.35	0.45	0.36
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.20	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.27	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.15	36.66	32.29	33.96	40.31
39	Repairs and services	1.97	1.66	1.99	1.75	1.96	1.88
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.51	0.56	0.48
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.27	0.28	0.27

TABLEAU 41. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1985

1985							No
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.36	0.35	0.33	0.30	0.31	0.39	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.12	0.21	0.25	0.28	0.34	0.28	formes pour dames et jeunes filles	
0.36	0.41	0.45	0.39	0.34	0.45	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.04	0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	filles	
0.26	0.31	0.31	0.30	0.30	0.40	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.25	0.50	0.32	0.29	0.40	0.51	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.40	0.35	0.34	0.29	0.35	0.69	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.29	0.24	0.22	0.30	Sous-vêtements	8
0.50	0.50	0.55	0.56	0.67	0.71	Chapeaux	9
0.21	0.24	0.30	0.29	0.30	0.41	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.23	0.27	0.24	0.32	0.51	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.21	0.25	0.28	0.26	0.34	0.29	dames et fillettes	
0.18	0.20	0.22	0.21	0.30	0.42	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.28	0.28	0.29	0.25	0.35	0.66	enfants	
0.21	0.47	0.28	0.24	0.30	0.50	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.21	0.22	0.24	0.20	0.27	0.32	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	1.90	1.50	1.40	1.62	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.21	0.22	0.21	0.20	0.20	0.42	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.25	0.28	0.22	0.21	0.24	0.54	Appareils et fournitures photographiques	19
0.17	0.21	0.22	0.21	0.21	0.16	Tissus à la pièce	20
0.23	0.26	0.26	0.23	0.25	0.32	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	Menus articles	22
0.14	0.13	0.16	0.13	0.21	0.36	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.25	0.27	0.31	0.36	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.22	0.23	0.24	0.25	0.25	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.12	0.13	0.16	0.30	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.36	0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	d'ameublement pour la maison	
0.76	0.73	0.80	0.82	0.81	0.86	Meubles	27
0.25	0.35	0.38	0.33	0.35	0.56	Gros appareils ménagers	28
0.19	0.22	0.20	0.21	0.25	0.45	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.21	0.19	0.17	0.19	0.21	0.30	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.42	0.35	0.36	0.41	0.39	0.36	e.r.	
0.17	0.17	0.19	0.15	0.21	0.50	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.12	0.11	0.10	0.14	0.28	0.63	truction	
0.22	0.18	0.16	0.14	0.18	0.35	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.17	0.25	0.24	0.16	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.28	0.27	0.27	0.36	0.43	0.33	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
						réparation et fournitures	
41.55	52.59	57.36	64.19	81.42	92.71	Repas et casse-croûtes	38
1.74	1.78	2.22	4.23	6.69	6.05	Services et travaux de réparation	39
0.55	0.56	0.41	0.44	0.46	0.98	Tous autres rayons	40
0.26	0.29	0.28	0.27	0.32	0.47	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

DEPARTMENT STORE SALES AND
STOCKS, SEASONALLY ADJUSTED

REVISED ESTIMATES,
1984 AND 1985

VENTES ET STOCKS DES
GRANDS MAGASINS, DÉSAISONNALISÉES

ESTIMATIONS RÉVISÉES,
1984 ET 1985

TABLE 42. Total Department Store Sales, Stocks and Accounts Receivable, Seasonally Adjusted (Direct Method), Revised, Canada, 1972-1985

Year	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin
thousands of dollars - milliers de dollars						
Sales						
1972	290,856	279,426	291,389	297,496	300,922	303,385
1973	332,432	337,180	343,154	349,571	335,100	358,134
1974	394,170	405,683	407,900	410,261	417,694	431,752
1975	439,793	445,876	455,635	463,229	480,008	470,077
1976	507,299	507,258	512,893	550,923	524,915	552,376
1977	563,005	576,528	557,702	559,831	564,224	555,026
1978	605,943	613,774	619,690	617,319	625,688	628,525
1979	655,005	662,995	691,035	685,698	695,811	702,389
1980	756,101	733,784	739,388	743,467	756,545	767,020
1981	844,067	837,333	840,478	857,265	843,044	890,158
1982	822,132	850,188	825,018	837,501	847,902	838,410
1983	873,329	888,557	922,099	812,885	891,171	967,709
1984	931,889	945,323	910,082	947,916	946,135	960,888
1985	957,386	959,703	988,675	985,746	998,622	964,726
Stocks						
1972	851,142	842,609	835,735	845,221	869,973	891,672
1973	978,515	959,906	996,087	984,866	996,621	1,024,031
1974	1,116,508	1,181,554	1,227,960	1,188,515	1,321,889	1,290,831
1975	1,347,210	1,368,990	1,356,839	1,425,466	1,349,957	1,363,561
1976	1,577,437	1,597,651	1,610,848	1,732,687	1,746,250	1,763,851
1977	1,720,218	1,843,944	1,782,207	1,814,672	1,839,007	1,780,640
1978	1,850,501	1,871,491	1,915,915	1,899,494	1,930,426	2,020,381
1979	2,243,851	2,215,632	2,346,992	2,264,510	2,311,306	2,369,636
1980	2,528,195	2,554,844	2,526,383	2,562,991	2,626,761	2,542,753
1981	2,590,747	2,809,958	2,741,784	2,908,774	2,891,920	2,854,550
1982	2,986,644	2,914,452	2,890,067	3,124,025	2,987,819	3,085,977
1983	3,018,155	2,953,592	3,091,132	2,975,253	3,043,528	3,165,871
1984	3,390,725	3,493,858	3,461,274	3,402,071	3,246,690	3,334,354
1985	3,329,537	3,286,573	3,307,889	3,377,652	3,430,343	3,407,339
Accounts Receivable						
millions of dollars - millions de dollars						
1972	694	692	692	691	701	708
1973	757	747	757	770	783	799
1974	887	891	886	922	929	946
1975	1,031	1,043	1,052	1,048	1,057	1,060
1976	1,091	1,107	1,110	1,121	1,127	1,130
1977	1,135	1,148	1,152	1,159	1,164	1,166
1978	1,213	1,225	1,232	1,240	1,258	1,267
1979	1,333	1,341	1,350	1,352	1,354	1,361
1980	1,427	1,448	1,410	1,424	1,415	1,412
1981	1,470	1,484	1,499	1,511	1,529	1,555
1982	1,538	1,550	1,562	1,562	1,562	1,556
1983	1,579	1,594	1,590	1,608	1,626	1,636
1984	1,713	1,710	1,722	1,735	1,744	1,773
1985	1,885	1,892	1,909	1,924	1,938	1,946

TABLEAU 42. Ventes totales, stocks et comptes à recevoir des grands magasins, désaisonnalisés (par la méthode directe), révisés, Canada, 1972-1985

July	August	September	October	November	December	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Année
thousands of dollars - milliers de dollars						
						Ventes
306,738	315,544	324,308	323,456	327,108	320,183	1972
358,592	356,604	367,356	368,523	388,989	384,813	1973
425,389	424,700	429,278	432,096	432,229	440,217	1974
494,335	499,887	490,528	505,211	494,172	501,288	1975
542,031	542,824	550,242	559,544	549,037	550,653	1976
570,906	597,890	582,127	575,889	614,968	576,984	1977
629,180	646,318	666,005	659,983	673,247	671,892	1978
725,079	740,249	719,418	735,059	729,555	739,928	1979
796,814	776,634	798,653	802,506	805,874	816,387	1980
846,467	849,154	844,810	849,833	862,912	850,160	1981
834,419	853,491	858,611	850,800	858,855	877,578	1982
924,833	913,885	907,506	930,092	906,790	920,892	1983
947,611	919,946	964,601	957,146	975,982	962,091	1984
1,001,487	1,011,161	1,009,558	1,020,137	1,042,623	1,046,318	1985
						Stocks
890,382	906,515	925,589	911,770	912,750	933,416	1972
1,037,970	989,868	1,000,105	1,017,983	1,079,443	1,117,945	1973
1,328,153	1,351,060	1,360,902	1,411,458	1,376,023	1,416,796	1974
1,385,944	1,427,435	1,459,178	1,439,801	1,516,953	1,480,385	1975
1,750,131	1,769,225	1,805,724	1,806,117	1,749,397	1,779,280	1976
1,804,604	1,871,592	1,825,711	1,837,434	1,900,514	1,849,230	1977
2,021,986	2,052,365	2,095,637	2,082,904	2,085,366	2,143,422	1978
2,387,439	2,445,387	2,446,049	2,549,794	2,543,029	2,395,576	1979
2,624,204	2,560,517	2,550,512	2,681,051	2,686,056	2,698,494	1980
3,017,201	2,989,432	2,963,840	3,255,619	2,999,703	3,038,593	1981
2,998,377	2,923,719	3,000,915	2,900,320	2,894,468	3,127,348	1982
3,152,859	3,228,196	3,475,952	3,256,751	3,349,704	3,427,463	1983
3,347,132	3,446,991	3,472,248	3,380,523	3,420,454	3,344,413	1984
3,451,654	3,495,779	3,535,380	3,746,925	3,748,956	3,770,776	1985
						Comptes à recevoir
708	709	714	718	727	735	1972
815	826	830	834	842	856	1973
964	975	985	998	1,004	1,001	1974
1,064	1,071	1,079	1,092	1,121	1,092	1975
1,135	1,141	1,150	1,154	1,161	1,159	1976
1,173	1,182	1,189	1,190	1,197	1,214	1977
1,278	1,279	1,298	1,343	1,327	1,332	1978
1,365	1,376	1,382	1,394	1,385	1,430	1979
1,417	1,421	1,438	1,447	1,447	1,452	1980
1,607	1,596	1,579	1,566	1,577	1,566	1981
1,557	1,560	1,580	1,572	1,570	1,536	1982
1,635	1,632	1,640	1,653	1,657	1,649	1983
1,784	1,789	1,804	1,826	1,841	1,880	1984
1,972	2,002	2,019	2,041	2,080	2,091	1985

millions of dollars - millions de dollars

TABLE 43. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984(1)

Department	1984					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,777	16,121	15,150	15,975	14,696	16,511
2 Women's and misses' coats and suits	17,127	19,524	16,367	17,683	17,009	17,709
3 Women's and misses' sportswear	53,885	54,343	50,042	52,920	53,309	62,294
4 Furs	3,401	2,565	3,304	3,142	2,991	3,018
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,687	23,795	23,578	26,522	22,427	25,579
6 Girls' and teenage girls' wear	15,900	17,436	14,838	16,335	16,162	17,082
7 Lingerie and women's sleepwear	19,866	20,000	19,687	20,053	20,081	20,540
8 Intimate apparel	10,955	11,073	10,714	10,927	10,407	10,827
9 Millinery	1,821	1,755	1,841	1,981	1,918	2,002
10 Women's and girls' hosiery	10,770	11,414	10,731	10,818	10,737	10,546
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	16,041	15,981	15,658	16,562	16,539	16,886
12 Women's, misses' and children's footwear	24,745	25,776	23,339	26,571	24,125	25,406
13 Men's clothing	37,497	38,835	35,626	38,505	38,128	39,752
14 Men's furnishings	47,035	47,881	47,725	49,993	47,668	49,346
15 Boys' clothing and furnishings	13,629	13,684	12,125	13,307	12,854	13,723
16 Men's and boys' footwear	15,941	16,750	15,328	17,637	14,994	16,878
17 Food and kindred products	59,069	58,316	54,738	59,153	62,668	60,340
18 Toiletries, cosmetics and drugs	52,753	52,417	52,908	52,257	53,511	52,276
19 Photographic equipment and supplies	13,910	14,180	12,863	12,444	13,327	13,209
20 Piece goods	4,657	4,249	4,030	3,986	3,890	3,939
21 Linens and domestics	28,825	27,014	27,458	28,075	29,288	28,959
22 Smallwares and notions	8,525	7,825	8,520	8,204	8,553	8,281
23 China and glassware	11,216	13,439	12,466	12,257	13,081	13,047
24 Floor coverings	12,254	11,980	12,438	12,890	11,914	11,547
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,719	15,865	14,750	15,432	15,119	14,615
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,638	8,993	8,760	9,055	9,291	8,701
27 Furniture	41,996	43,529	43,013	45,025	46,249	45,953
28 Major appliances	42,834	45,097	44,785	45,380	45,779	46,052
29 Television, radio and music	41,099	42,678	43,296	42,360	44,390	43,106
30 Housewares and small electrical appliances	34,685	37,918	34,376	36,106	36,920	37,268
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,056	26,844	27,446	26,093	26,533	27,541
32 Plumbing, heating and building materials	11,541	11,169	10,949	10,676	10,515	11,839
33 Jewellery	22,844	21,993	21,485	21,780	22,219	22,033
34 Toys and games	26,904	27,975	26,728	26,251	30,539	26,799
35 Sporting goods and luggage	25,349	25,239	24,906	26,975	26,282	26,459
36 Stationery, books and magazines	30,018	30,693	30,118	30,626	33,225	30,824
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	19,365	20,535	18,202	17,988	16,967	17,261
38 Meals and lunches	22,714	22,155	22,116	22,273	22,116	21,919
39 Repairs and services	10,007	10,183	10,076	10,696	10,526	10,803
40 All other departments	33,562	31,849	30,102	33,135	32,188	33,317
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	931,889	945,323	910,082	947,916	946,135	960,888

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 43. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1984(1)

1984							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars								
milliers de dollars								
15,953	16,913	16,094	16,435	15,683	16,033	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-		
17,349	15,618	16,888	16,834	16,665	16,938	formes pour dames et jeunes filles		1
53,945	52,996	54,321	54,593	56,961	54,683	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		2
3,262	3,085	3,636	3,336	3,761	3,154	filles		
22,542	24,796	24,727	24,575	24,634	24,493	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
						Fourrures		4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		5
						de chambres d'enfants		
16,401	16,970	17,881	16,744	17,583	16,098	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
19,750	19,650	19,924	19,798	20,415	19,946	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
10,975	10,529	11,035	10,845	11,202	11,165	Sous-vêtements		8
1,931	1,775	2,090	2,038	2,004	1,653	Chapeaux		9
10,069	10,177	10,647	10,526	10,561	10,027	Bas pour dames et fillettes		10
16,697	15,710	16,976	16,594	17,317	16,908	Gants, moufles et articles de parure pour		11
24,524	24,909	25,828	25,312	25,505	25,847	dames et fillettes		
38,505	39,498	40,201	40,523	41,186	40,604	Chaussures pour dames, jeunes filles et		12
47,800	44,348	48,327	47,785	48,906	48,219	enfants		
13,517	13,187	14,060	13,869	13,825	13,773	Vêtements pour hommes		13
						Articles d'habillement pour hommes		14
						Vêtements et articles d'habillement pour		15
						garçons		
16,047	15,929	15,841	16,354	16,481	16,877	Chaussures pour hommes et garçons		16
62,342	59,537	63,551	62,717	63,088	62,714	Produits alimentaires et connexes		17
54,557	52,754	56,473	55,063	56,635	56,702	Articles de toilette, cosmétiques et médi-		18
						caments		
13,024	12,937	13,065	12,976	13,063	12,781	Appareils et fournitures photographiques		19
3,953	3,783	3,752	3,798	3,772	3,718	Tissus à la pièce		20
30,048	28,969	29,386	28,781	29,914	29,253	Literie et linge de maison		21
8,356	8,151	8,539	8,590	8,589	8,662	Menus articles		22
13,321	12,351	12,853	13,695	13,667	13,554	Porcelaine et verrerie		23
11,477	11,306	12,289	11,947	12,181	12,196	Revêtements de plancher		24
14,688	14,071	15,247	14,744	15,197	14,719	Tentures, rideaux et housses		25
8,867	8,111	8,615	8,366	9,118	8,782	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		26
44,584	42,521	44,359	44,483	45,949	44,570	d'ameublement pour la maison		
42,535	44,131	44,600	43,660	46,542	46,817	Meubles		27
44,459	40,265	45,609	44,054	43,802	43,665	Gros appareils ménagers		28
37,180	36,239	35,921	36,527	36,332	36,114	Télévision, radio et musique		29
						Articles de ménage et petits appareils élec-		30
						triques		
26,711	27,200	26,186	27,213	27,228	26,108	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,		31
10,164	9,960	10,149	9,774	9,735	9,845	etc.		
22,468	21,540	22,237	22,211	22,042	22,634	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		32
27,628	26,277	31,429	30,044	28,554	26,990	truction		
26,380	26,432	26,038	25,585	26,403	25,475	Bijouterie		33
						Jouets et jeux		34
						Articles de sport et valises		35
31,851	30,772	31,271	30,954	31,575	31,491	Papeterie, livres et revues		36
16,005	18,022	15,940	16,699	15,452	16,088	Essence, huile, accessoires d'automobile,		37
22,012	21,675	22,029	21,956	22,296	22,039	réparation et fournitures		
10,778	10,674	11,120	11,107	11,491	11,203	Repas et casse-croûtes		38
32,683	30,410	34,454	35,525	35,475	34,399	Services et travaux de réparation		39
						Tous autres rayons		40
947,611	919,946	964,601	957,146	975,982	962,091	TOTAL, TOUS RAYONS		41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 44. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1985(1)

Department	1985					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,380	16,334	18,019	17,527	18,812	16,322
2 Women's and misses' coats and suits	16,123	17,447	19,225	17,143	17,661	17,492
3 Women's and misses' sportswear	53,889	55,991	58,485	58,151	63,527	58,068
4 Furs	3,384	3,873	3,067	5,245	2,421	3,749
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,588	25,628	25,411	25,046	25,169	24,608
6 Girls' and teenage girls' wear	17,164	16,674	18,273	17,793	18,519	15,453
7 Lingerie and women's sleepwear	19,995	19,764	20,836	19,821	20,449	18,543
8 Intimate apparel	11,297	11,196	11,774	11,517	11,669	10,906
9 Millinery	2,055	1,993	1,930	1,965	2,000	1,828
10 Women's and girls' hosiery	10,814	10,807	10,854	10,842	11,021	10,929
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,165	17,498	17,914	17,164	17,786	16,674
12 Women's, misses' and children's footwear	25,381	24,941	26,596	26,174	27,462	24,309
13 Men's clothing	40,001	40,886	40,756	40,992	42,296	42,083
14 Men's furnishings	48,202	48,310	50,751	50,581	54,554	49,853
15 Boys' clothing and furnishings	14,027	13,439	13,985	14,209	14,340	13,500
16 Men's and boys' footwear	17,938	16,246	17,476	16,835	17,311	16,535
17 Food and kindred products	61,234	62,055	61,458	61,562	61,051	61,728
18 Toiletries, cosmetics and drugs	57,432	57,873	58,189	58,903	59,252	59,333
19 Photographic equipment and supplies	12,312	11,970	12,654	13,142	12,381	12,450
20 Piece goods	3,475	3,654	3,808	3,618	3,799	3,603
21 Linens and domestics	30,000	30,930	31,006	30,934	30,917	29,702
22 Smallwares and notions	8,944	9,103	9,163	9,281	9,116	8,946
23 China and glassware	13,165	13,203	13,436	13,667	13,559	13,444
24 Floor coverings	10,700	11,800	12,044	12,570	13,165	13,226
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,740	14,241	14,418	14,151	14,748	14,426
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,473	7,759	8,144	8,797	8,004	8,217
27 Furniture	44,856	44,617	46,964	50,934	45,274	46,087
28 Major appliances	44,749	45,866	46,506	46,817	46,203	42,533
29 Television, radio and music	39,167	41,637	43,119	44,500	38,751	43,086
30 Housewares and small electrical appliances	36,159	35,972	35,993	35,681	35,352	35,038
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	30,988	29,208	29,510	32,216	32,625	31,860
32 Plumbing, heating and building materials	9,364	8,973	9,179	9,474	9,357	8,278
33 Jewellery	22,784	22,992	24,024	24,511	25,023	23,507
34 Toys and games	30,928	29,678	30,548	31,037	29,691	30,428
35 Sporting goods and luggage	27,180	28,960	27,146	26,998	26,843	26,081
36 Stationery, books and magazines	31,492	30,599	31,799	31,874	31,528	31,126
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,890	15,085	14,123	15,141	14,685	14,426
38 Meals and lunches	22,203	22,106	22,913	22,502	22,258	21,671
39 Repairs and services	11,884	11,303	11,964	11,599	12,182	12,149
40 All other departments	34,468	33,569	33,916	33,787	34,406	32,879
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	957,386	959,703	988,675	985,746	998,622	964,726

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 44. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1985(1)

1985							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
18,391	17,706	17,739	18,727	19,614	18,316	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
16,919	16,533	18,058	17,152	19,588	17,139	formes pour dames et jeunes filles	2	
60,736	61,122	59,399	64,482	62,411	63,546	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		
3,478	4,194	4,012	3,653	3,787	4,280	filles		
25,564	25,483	25,358	26,009	26,938	26,750	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
18,412	18,825	16,471	18,228	19,227	19,129	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
21,825	20,052	18,899	19,694	20,108	20,742	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
11,870	11,855	12,029	11,843	11,532	11,680	Sous-vêtements	8	
1,942	1,822	1,643	1,676	1,730	1,804	Chapeaux	9	
11,012	11,147	10,486	10,930	11,251	11,326	Bas pour dames et fillettes	10	
17,672	17,918	17,938	18,577	19,665	18,811	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
27,513	26,272	25,739	26,173	29,482	26,001	dames et fillettes	12	
43,213	43,148	41,855	42,435	43,091	43,318	Chaussures pour dames, jeunes filles et		
53,446	53,615	53,088	52,883	54,151	54,486	enfants	13	
14,526	15,935	14,001	15,002	15,381	15,396	Vêtements pour hommes	14	
						Articles d'habillement pour hommes	15	
						Vêtements et articles d'habillement pour		
						garçons		
18,779	17,728	17,505	17,478	18,180	17,752	Chaussures pour hommes et garçons	16	
60,112	60,968	61,626	61,545	62,654	63,628	Produits alimentaires et connexes	17	
59,722	60,566	58,967	61,287	62,349	62,722	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
12,615	13,261	11,653	12,351	12,200	12,372	Appareils et fournitures photographiques	19	
3,667	3,603	3,562	3,512	3,516	3,049	Tissus à la pièce	20	
30,775	32,366	31,632	32,726	34,538	33,830	Literie et linge de maison	21	
8,849	8,724	8,594	8,239	8,339	8,602	Menus articles	22	
13,225	13,591	14,041	12,121	13,848	14,258	Porcelaine et verrerie	23	
13,833	14,277	14,176	14,266	15,448	14,728	Revêtements de plancher	24	
15,038	15,245	15,045	15,411	15,169	15,660	Tentures, rideaux et housses	25	
8,467	8,874	8,575	8,886	8,727	8,371	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
46,388	48,317	50,954	52,577	51,767	51,821	d'ameublement pour la maison		
46,538	48,069	49,013	50,655	52,074	54,161	Meubles	27	
41,777	50,579	42,526	42,927	42,980	43,835	Gros appareils ménagers	28	
36,409	38,819	37,750	37,337	38,607	38,837	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
33,855	32,876	32,928	32,513	34,727	37,466	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
10,169	9,599	9,934	9,906	10,311	10,631	etc.	32	
24,801	25,259	24,986	25,509	26,850	26,812	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		
30,085	30,533	29,569	28,983	29,027	28,539	truction	33	
26,612	26,806	27,093	27,480	27,484	26,863	Bijouterie	34	
						Jouets et jeux	35	
						Articles de sport et valises		
30,549	32,173	32,293	29,771	32,226	31,916	Papeterie, livres et revues	36	
15,216	13,950	15,923	16,054	18,949	15,393	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
						réparation et fournitures		
21,909	22,183	22,061	22,416	22,373	22,559	Repas et casse-croûtes	38	
12,415	12,366	12,194	12,186	12,205	12,214	Services et travaux de réparation	39	
35,823	36,993	33,762	33,773	33,454	34,621	Tous autres rayons	40	
1,001,487	1,011,161	1,009,558	1,020,137	1,042,623	1,046,318	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 45. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984(1)

No.	Department	1984					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	53,321	55,148	53,780	50,453	48,256	48,684
2	Women's and misses' coats and suits	50,368	44,066	49,785	50,888	44,777	45,247
3	Women's and misses' sportswear	160,521	158,071	157,060	158,689	159,245	164,164
4	Furs	22,005	22,950	23,238	22,086	24,674	24,709
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	85,742	89,095	88,952	86,632	82,797	85,250
6	Girls' and teenage girls' wear	40,882	44,632	49,068	42,728	45,023	45,992
7	Lingerie and women's sleepwear	53,279	56,573	56,215	55,750	54,043	55,675
8	Intimate apparel	40,418	43,185	40,983	40,628	40,056	40,792
9	Millinery	3,599	3,586	3,886	3,661	3,632	3,869
10	Women's and girls' hosiery	35,653	37,120	38,782	34,340	32,678	32,219
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	52,060	57,236	54,713	54,507	53,809	53,728
12	Women's, misses' and children's footwear	114,643	116,508	110,793	110,634	98,379	100,298
13	Men's clothing	167,785	158,918	168,789	160,663	162,175	157,789
14	Men's furnishings	159,351	164,504	162,952	156,926	161,546	159,546
15	Boys' clothing and furnishings	45,679	40,467	44,285	43,707	42,490	42,115
16	Men's and boys' footwear	86,171	84,603	77,233	80,871	74,392	75,272
17	Food and kindred products(2)	44,791	47,166	52,073	45,505	25,906	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	215,046	227,214	224,635	219,179	200,912	215,676
19	Photographic equipment and supplies	60,549	67,027	63,331	60,555	53,963	57,730
20	Piece goods	29,932	30,359	28,992	27,392	24,294	25,010
21	Linens and domestics	128,791	149,911	140,934	139,185	139,230	143,130
22	Smallwares and notions	42,112	44,344	43,631	43,585	40,034	43,129
23	China and glassware	97,549	108,648	99,806	98,307	94,667	90,489
24	Floor coverings	55,545	58,615	57,129	58,384	53,790	57,550
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,129	73,850	78,140	73,834	73,138	73,045
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	59,660	62,284	60,274	59,465	48,695	55,927
27	Furniture	174,056	158,812	181,482	186,432	168,835	184,375
28	Major appliances	69,801	71,890	66,254	67,701	63,212	68,321
29	Television, radio and music	166,871	172,514	167,914	159,939	157,036	161,853
30	Housewares and small electrical appliances	196,555	197,092	188,474	180,907	181,759	186,936
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	146,420	151,030	145,843	140,784	135,903	136,063
32	Plumbing, heating and building materials	34,709	37,821	36,978	34,997	27,975	28,816
33	Jewellery	124,178	126,714	125,036	125,246	127,766	125,790
34	Toys and games	110,345	104,102	110,180	106,841	103,118	103,823
35	Sporting goods and luggage	137,823	145,673	134,964	136,754	137,803	134,403
36	Stationery, books and magazines	135,259	142,122	151,201	142,045	142,992	142,862
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,674	52,380	53,880	52,567	52,252	54,749
38	Meals and lunches	1,324	1,338	1,441	1,588	532	641
39	Repairs and services(2)	6,161	6,407	5,754	5,520	5,611	5,442
40	All other departments	67,660	71,505	72,772	68,431	64,418	65,844
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,390,725	3,493,858	3,461,274	3,402,071	3,246,690	3,334,354

(1) Total department store inventories are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 45. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1984(1)

1984							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
57,560	58,474	59,179	54,862	49,384	50,123	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-		
54,382	57,364	58,538	59,767	59,107	60,661	formes pour dames et jeunes filles		1
166,849	191,840	180,826	175,184	166,694	159,686	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		2
26,356	25,290	21,579	27,177	24,058	24,662	filles		
80,348	91,029	86,536	77,183	82,225	83,481	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
						Fourrures		4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		5
						de chambres d'enfants		
44,546	48,166	49,229	49,919	49,570	47,430	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		5
55,974	55,605	54,428	53,064	54,366	51,982	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
40,359	41,508	41,947	41,785	43,171	43,619	Sous-vêtements		8
4,191	5,147	4,179	3,260	3,433	3,348	Chapeaux		9
32,300	36,287	33,848	34,704	34,941	37,528	Bas pour dames et fillettes		10
55,062	55,118	55,088	54,961	57,214	58,659	Gants, moufles et articles de parure pour		11
101,659	113,092	107,432	103,974	106,828	102,048	dames et fillettes		
162,652	198,451	180,134	177,233	177,893	174,322	Chaussures pour dames, jeunes filles et		12
149,834	162,102	165,903	169,438	173,285	176,902	enfants		
41,175	42,984	42,128	43,131	43,508	41,930	Vêtements pour hommes		13
						Articles d'habillement pour hommes		14
						Vêtements et articles d'habillement pour		15
						garçons		
74,287	77,724	75,213	73,312	73,415	71,560	Chaussures pour hommes et garçons		16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	Produits alimentaires et connexes(2)		17
218,535	217,921	236,896	216,647	223,859	219,953	Articles de toilette, cosmétiques et médi-		18
						caments		
55,641	55,787	55,326	54,348	52,093	50,521	Appareils et fournitures photographiques		19
25,040	26,643	26,168	25,395	25,196	24,156	Tissus à la pièce		20
144,877	146,732	149,883	142,462	144,542	139,003	Literie et linge de maison		21
42,921	43,005	42,744	43,040	42,620	43,038	Menus articles		22
94,840	92,717	90,188	88,157	86,258	81,796	Porcelaine et verrerie		23
58,608	58,232	62,061	55,296	53,485	49,265	Revêtements de plancher		24
72,434	74,325	78,485	72,812	75,621	71,312	Tentures, rideaux et housses		25
107,977	54,090	66,420	63,395	66,673	62,434	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		26
						d'ameublement pour la maison		
184,613	177,454	178,082	173,922	159,715	157,393	Meubles		27
68,615	68,463	71,143	75,760	73,779	68,851	Gros appareils ménagers		28
162,329	159,808	164,333	158,160	156,930	150,503	Télévision, radio et musique		29
188,070	193,527	182,144	171,271	170,840	165,180	Articles de ménage et petits appareils élec-		30
						triques		
133,425	139,956	137,341	135,635	135,979	134,458	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,		31
28,774	29,311	29,959	29,421	27,695	26,128	etc.		
129,378	126,898	127,439	124,900	120,559	117,490	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		32
105,308	100,028	104,650	94,483	136,770	157,416	truction		
134,929	137,901	137,861	136,904	137,988	138,509	Bijouterie		33
						Jouets et jeux		34
						Articles de sport et valises		35
144,213	143,828	150,948	137,162	153,249	154,354	Papeterie, livres et revues		36
50,605	52,424	50,196	44,732	51,668	52,884	Essence, huile, accessoires d'automobile,		37
						réparation et fournitures		
895	539	458	605	399	166	Repas et casse-croûtes(2)		38
5,275	5,525	5,194	5,461	5,742	5,746	Services et travaux de réparation		39
67,100	66,279	66,322	75,335	74,753	70,095	Tous autres rayons		40
3,347,132	3,446,991	3,472,248	3,380,523	3,420,454	3,344,443	TOTAL, TOUS RAYONS		41

(1) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 46. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1985(1)

No.	Department	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	46,854	48,158	51,846	51,610	51,327	52,140
2	Women's and misses' coats and suits	61,535	68,743	69,743	72,569	83,419	71,768
3	Women's and misses' sportswear	151,759	157,667	156,444	154,778	154,712	157,988
4	Furs	25,668	23,645	18,044	32,957	31,278	33,204
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	88,118	78,214	80,869	83,683	85,915	83,530
6	Girls' and teenage girls' wear	50,157	54,210	53,957	50,727	55,474	52,677
7	Lingerie and women's sleepwear	52,004	49,775	49,971	50,888	51,781	51,861
8	Intimate apparel	43,553	43,236	43,764	44,239	44,639	46,337
9	Millinery	3,345	3,755	3,679	4,177	3,887	3,874
10	Women's and girls' hosiery	40,299	37,143	37,521	38,197	37,700	37,974
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,396	54,752	51,927	56,257	57,858	59,266
12	Women's, misses' and children's footwear	101,268	104,362	108,382	105,453	107,366	108,877
13	Men's clothing	171,745	176,167	172,448	184,554	193,384	188,530
14	Men's furnishings	169,973	162,131	167,385	174,156	179,898	171,824
15	Boys' clothing and furnishings	48,139	45,859	46,740	47,355	47,914	49,377
16	Men's and boys' footwear	67,735	63,984	75,067	73,461	81,041	73,442
17	Food and kindred products(2)	41,803	35,361	37,872	38,293	35,161	30,831
18	Toiletries, cosmetics and drugs	233,885	233,536	232,972	236,374	244,592	248,692
19	Photographic equipment and supplies	56,088	51,038	51,776	51,213	50,267	50,504
20	Piece goods	21,553	19,433	19,823	19,235	20,111	20,189
21	Linens and domestics	135,528	129,233	133,771	136,731	135,934	138,495
22	Smallwares and notions	43,036	41,316	42,426	42,874	44,146	43,978
23	China and glassware	87,621	80,098	67,752	85,454	81,063	79,488
24	Floor coverings	50,668	49,617	49,494	49,513	49,418	48,622
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,330	63,286	65,309	65,538	66,482	66,193
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	63,185	58,641	57,872	60,684	61,711	62,573
27	Furniture	153,525	154,191	148,962	145,169	143,929	149,130
28	Major appliances	67,314	68,882	73,041	71,947	74,016	73,113
29	Television, radio and music	142,856	140,978	140,739	143,798	142,476	137,876
30	Housewares and small electrical appliances	167,504	165,339	166,425	165,575	166,059	166,928
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	134,142	136,225	142,452	144,462	149,834	156,908
32	Plumbing, heating and building materials	24,871	24,083	31,533	23,453	26,264	30,308
33	Jewellery	112,080	104,258	108,148	109,766	112,507	115,452
34	Toys and games	139,884	146,003	149,896	148,778	170,635	173,258
35	Sporting goods and luggage	140,945	136,428	139,598	138,381	138,377	139,225
36	Stationery, books and magazines	149,206	147,958	145,601	140,237	139,167	133,238
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	55,117	54,513	54,945	53,831	53,037	53,477
38	Meals and lunches(2)	984	539	654	658	597	411
39	Repairs and services	5,657	6,040	6,212	6,275	6,325	6,103
40	All other departments	71,243	63,025	61,679	64,536	78,748	68,770
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,329,537	3,286,573	3,307,889	3,377,652	3,430,343	3,407,339

(1) Total department store inventories are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 46. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1985(1)

1985							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars								
milliers de dollars								
53,253	53,591	54,983	59,667	62,403	65,348	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-		
67,067	68,356	66,465	73,494	77,551	84,410	Formes pour dames et jeunes filles		1
157,332	155,706	161,427	173,783	193,602	209,096	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		2
35,410	35,524	35,843	33,702	37,519	30,457	filles		
84,221	85,770	81,148	93,818	97,604	100,769	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
						Fourrures		4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		5
						de chambres d'enfants		
53,658	53,097	50,698	55,081	57,105	59,886	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
52,225	50,143	54,917	60,793	60,064	61,621	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
45,899	47,522	47,626	48,568	48,078	48,480	Sous-vêtements		8
3,215	2,800	2,920	3,816	3,409	4,010	Chapeaux		9
38,082	38,908	40,498	39,850	42,261	42,771	Bas pour dames et fillettes		10
61,498	65,267	68,848	75,888	72,746	74,801	Gants, moufles et articles de parure pour		11
107,519	107,586	112,362	116,908	110,731	124,801	dames et fillettes		
182,823	178,569	179,993	186,553	185,573	192,600	Chaussures pour dames, jeunes filles et		12
168,023	162,690	170,365	175,103	184,126	192,096	enfants		
50,359	47,231	51,476	55,602	54,082	56,254	Vêtements pour hommes		13
						Articles d'habillement pour hommes		14
						Vêtements et articles d'habillement pour		15
						garçons		
75,477	75,808	82,308	83,989	83,777	84,516	Chaussures pour hommes et garçons		16
33,120	32,166	37,354	46,743	49,314	28,605	Produits alimentaires et connexes(2)		17
255,235	265,261	267,959	298,204	303,052	292,312	Articles de toilette, cosmétiques et médi-		18
						caments		
50,860	50,788	48,420	49,934	51,888	51,185	Appareils et fournitures photographiques		19
18,358	17,212	18,694	20,070	18,750	14,825	Tissus à la pièce		20
139,787	140,189	147,342	152,762	154,015	159,632	Literie et linge de maison		21
44,442	47,050	44,464	48,093	48,193	49,873	Menus articles		22
79,695	81,664	84,847	84,984	94,073	96,289	Porcelaine et verrerie		23
51,665	54,436	57,174	59,363	61,603	66,082	Revêtements de plancher		24
70,175	69,181	69,002	69,808	69,033	69,695	Tentures, rideaux et housses		25
63,953	63,786	65,519	66,019	64,581	62,823	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		26
156,306	165,594	155,333	157,846	157,848	162,671	d'ameublement pour la maison		
73,133	70,781	69,799	71,014	68,129	67,200	Meubles		27
138,263	141,850	136,535	142,819	145,162	149,516	Gros appareils ménagers		28
167,177	166,916	169,656	179,336	188,650	170,738	Télévision, radio et musique		29
						Articles de ménage et petits appareils élec-		30
						triques		
157,474	159,120	163,296	169,798	170,769	166,492	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,		31
27,911	27,930	26,346	28,428	28,506	30,092	etc.		
118,514	125,542	130,197	143,099	145,192	145,747	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		32
185,056	182,993	162,333	163,918	147,342	147,582	truction		
139,133	147,766	136,785	139,382	138,813	142,638	Bijouterie		33
						Jouets et jeux		34
						Articles de sport et valises		35
132,393	136,829	142,790	144,209	150,792	148,884	Papeterie, livres et revues		36
53,330	53,065	52,756	57,481	54,343	61,906	Essence, huile, accessoires d'automobile,		37
						réparation et fournitures		
569	277	440	268	378	340	Repas et casse-croûtes(2)		38
6,140	5,875	3,796	2,560	2,284	2,714	Services et travaux de réparation		39
61,255	70,169	67,435	62,478	58,646	55,459	Tous autres rayons		40
3,451,654	3,495,779	3,535,380	3,746,925	3,748,956	3,770,776	TOTAL, TOUS RAYONS		41

(1) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

APPENDICES

Appendix I

DEFINITIONS

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

Appendice I

DÉFINITIONS

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Appendix II

METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Appendice II

MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Appendix III

DATA RELIABILITY

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Appendice III

FIABILITÉ DES DONNÉES

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986

March

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986

Mars

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	43.8	65.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	99.9

Appendix IV

SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canadian Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice IV

DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps(1)". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

An extensive review in the methods and procedures used in deriving seasonal adjusted department store sales and inventory data has been undertaken in conjunction with Time Series Research and Analysis Division. As a result, commencing with the March 1986 issue, the Canada total estimates are now obtained by using the "direct" method of seasonal adjustment as opposed to the "indirect" method used previously. (In the case of the direct adjustment method, the unadjusted Canada total is seasonally adjusted itself; therefore, the 40 seasonally adjusted components do not sum to the Canada total. In the case of the indirect adjustment method, the estimates of the 40 departments,

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Une revue approfondie des méthodes et procédures utilisées pour dériver les données désaisonnalisées sur les ventes et les stocks des grands magasins a été entreprise de concert avec la Division des séries chronologiques - recherche et analyse. Suite à cette revue et débutant avec l'édition de mars 1986, les estimations pour les totaux au niveau du Canada sont maintenant désaisonnalisées de la façon "directe" par opposition à la désaisonnalisation "indirecte" qui a été employée dans le passé. (Dans le cas de la désaisonnalisation directe, le total non ajusté au niveau du Canada est lui aussi désaisonné, de sorte que la somme des 40 composantes désaisonnalisées au préalable n'égale pas nécessairement le total au niveau du Canada. Dans la version

(3) See Table 31.

(3) Voir tableau 31.

each individually adjusted, are summed to provide Canada seasonally adjusted total.) (4)

We continue to use the **end-point seasonal adjustment** method, which was adopted in March 1984, in order to improve the quality, reliability and stability of the seasonally adjusted estimates.

REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example) and the two previous months (April and May), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

indirecte de désaisonnalisation, l'estimation désaisonnalisée du total au niveau du Canada est égale à la somme des composantes, soit les 40 rayons, désaisonnalisés séparément au préalable.)(4)

La **désaisonnalisation interpolative**, laquelle fut adoptée en mars 1984 afin d'accroître la qualité, la fiabilité et la stabilité des estimations désaisonnalisées, est encore utilisée.

PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux pleux mois précédents (avril et mai) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada, au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986

	1986		1985	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	25	5	26	5
April - Avril	26	4	25	4
May - Mai	26	5	26	4
June - Juin	25	4	25	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	25	5	26	5
September - Septembre	25	4	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	25	5	26	5
December - Décembre	26	4	25	4

Appendix V

DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁽⁵⁾ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

⁽⁵⁾ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice V

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁽⁵⁾. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

⁽⁵⁾ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

The **stock-sales ratios**(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-stock ratios**(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The **metropolitan areas** are census metropolitan areas.

The **commodity reference list**, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

On obtient les **ratios stocks-ventes**(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks**(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les **régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La **liste de référence des marchandises**, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les **chiffres révisés** des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

Appendix VI - Appendice VI

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermé juillet 1984)
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island (Closed May 1985 - Fermé mai 1985)
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan(3)
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermé février 1983)
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermé janvier 1984)
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.
(1) Goudies Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. has been reclassified to the "General Store" trade group as of January 1, 1986.
(3) Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd. est reclassifié dans le groupe des magasins intitulés "Magasins généraux" depuis le 1^{er} janvier 1986.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

Department

1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.

Infants' Bath Equipment and Toiletries

Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, playpens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.

Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.

Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, nightgowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brasieres.

9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouses, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

Rayon

1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes et manteaux du soir.

2. Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricotés, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et moufles.

5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambres d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.

Articles pour le bain et la toilette des bébés

Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.

Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.

Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, lits, literie et accessoires de literie.

6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleurs, jupes, uniformes de scout, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutiens-gorge.

9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérets, garnitures de chapeau et postiches.

10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, léotards, etc.

11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, ensembles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

12. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children (excluding athletic footwear).

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousers, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

15. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

16. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys (excluding athletic footwear).

17. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.
Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.
Patent medicines and drug preparations and sundries.
Prescriptions
Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.
Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.
Medical, Surgical and Therapeutic Goods
Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linen; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestic

Linens (table and fancy), quilted pads and silence cloths, dresser and buffet scarfs, towels and towelling, sheets and sheeting, pillowcases, mattress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (exclus les chaussures d'athlétisme).

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, mufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarretières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scout et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons (exclus les chaussures d'athlétisme).

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette
Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.
Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.
Ordonnances
Fournitures médicales, y compris matériel et fournitures pour chambre de malades, pansements, etc.
Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.
Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques
Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires; matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films; télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissu-éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items such as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachments, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery.

Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, doormats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds.

Furniture Coverings: including slipcovers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à dîner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, disparates, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélatrs, paillassons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement.

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chauffeuses (chaufferettes de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sècheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden plugs, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

32. Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, basins, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, and all "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing, etc.

33. JewelleryClocks and watches

Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.

Costume JewelleryFine Jewellery34. Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

35. Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel and footwear (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and tobaggans.

Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies; hunting and fishing apparel; traps, decoys, nets, knives, etc.

Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.

Bicycles, Accessories and SuppliesBoats and Marine AccessoriesPower Snow Sleds

Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, récipients, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, évier de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet.

Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'oeuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. BijouterieHorloges et montres

Argentierie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à découper, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.

Bijouterie en fauxBijouterie en fin34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles, vêtements et chaussures de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.); équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et tobaggans.

Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.

Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.

Bicyclettes, accessoires et fournituresBateaux et accessoiresAutos-neige

Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

37. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

38. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

39. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as alterations, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

40. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballages de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, troussees et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; appareils de correction auditive; etc.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.
60 pages. First Issue, 1974.

Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

Department store sales and stocks

April 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1986

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux **utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

April 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

August 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1986

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Août 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Explanatory Notes	vii
Text Tables	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	ix
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	ix
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	x
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xi
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xi

Highlights	xiii
------------	------

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Notes explicatives	vii
Tableaux explicatifs	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	ix
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	ix
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	x
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xi
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xi

Points saillants	xiii
------------------	------

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Beginning with the April 1986 issue, information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality will be published yearly in the March issue. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

À partir de l'édition d'avril 1986, l'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée une fois l'an dans le numéro de mars. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

EXPLANATORY NOTES

The **percentage changes in sales** shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The **stock-sales ratios** are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-stock ratios** are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The **metropolitan areas** are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The **commodity reference list**, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The **"List of Department Store Organizations"** is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

NOTES EXPLICATIVES

Les **variations des ventes en pourcentage** données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les **ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les **régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La **liste de référence des marchandises** qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La **"liste des organisations de grands magasins"** est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - April

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Avril

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	86.7
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	43.8	62.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Graphique — 1

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

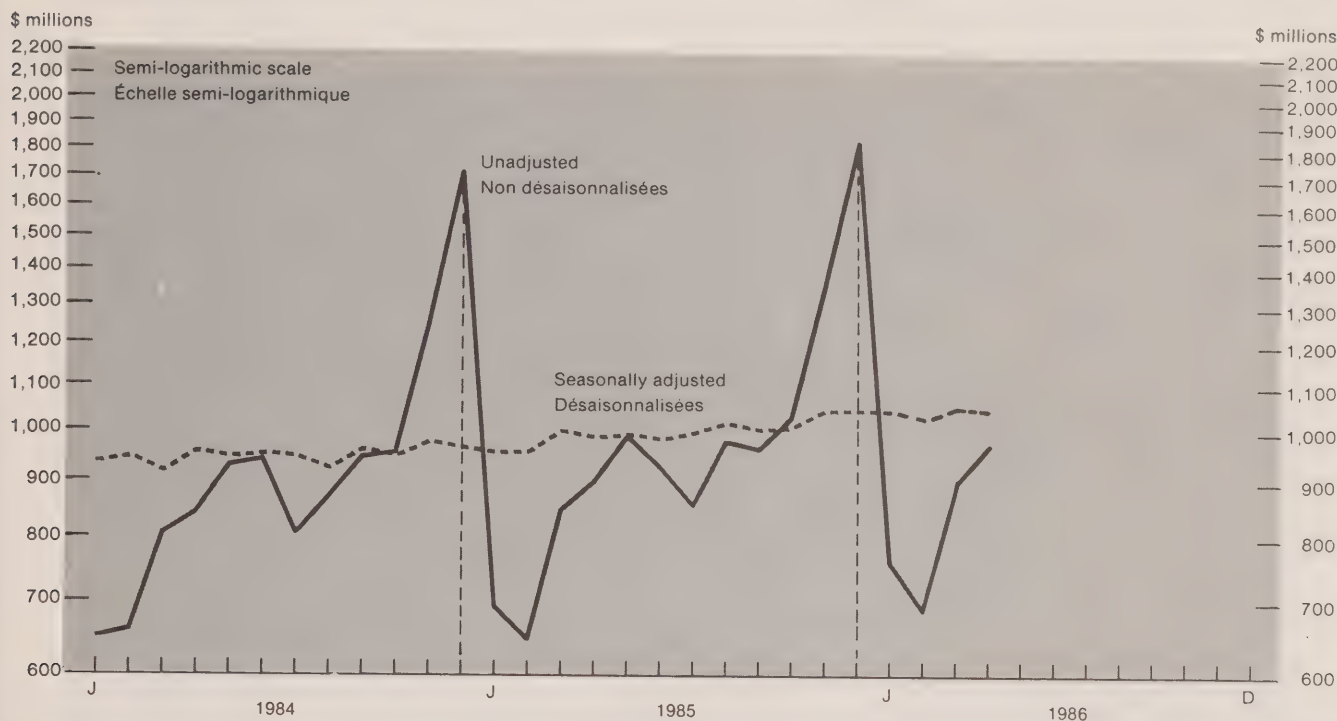
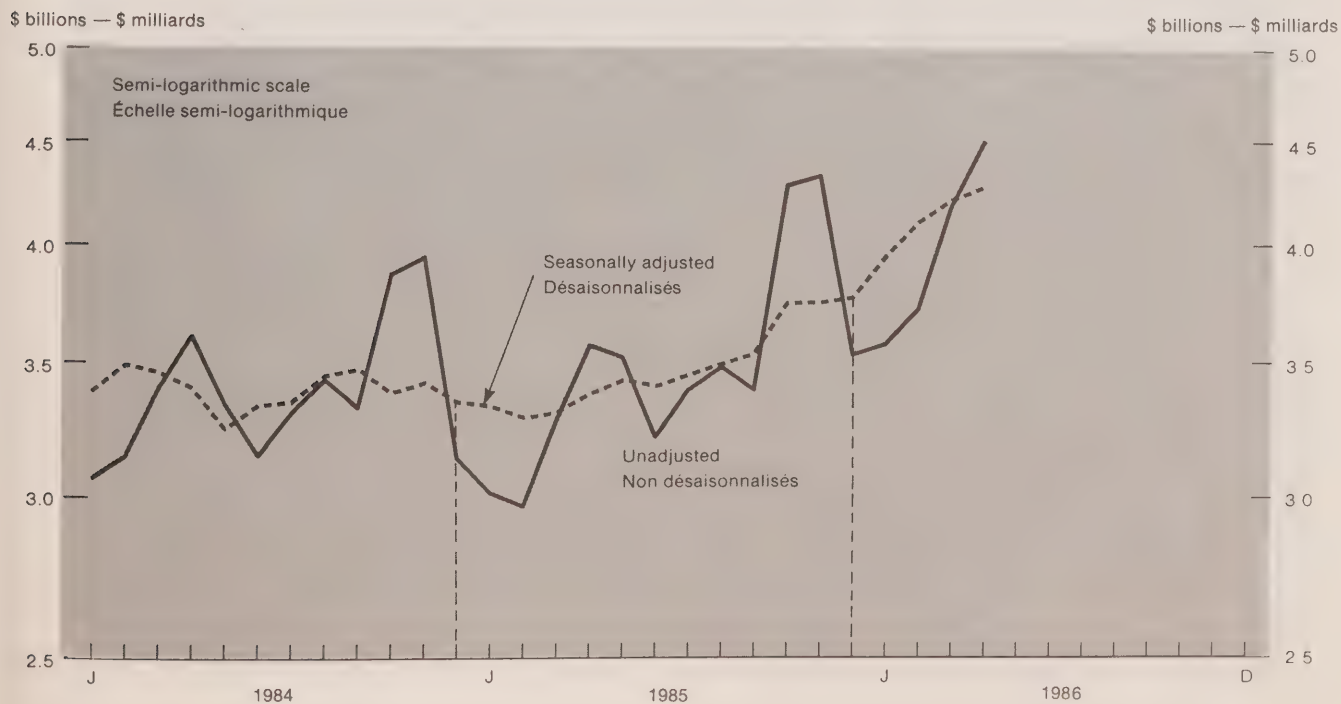


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Graphique — 2

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

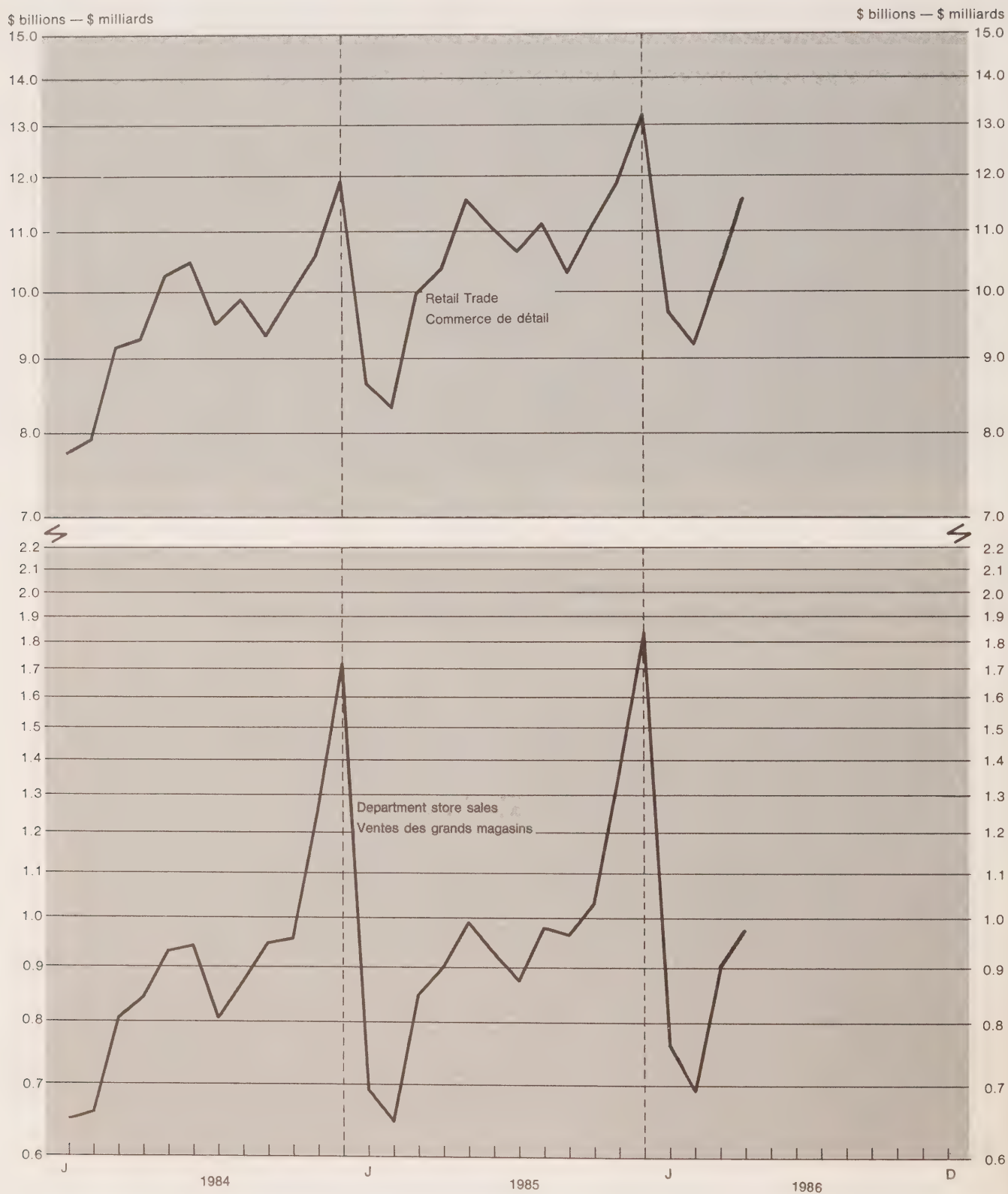


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

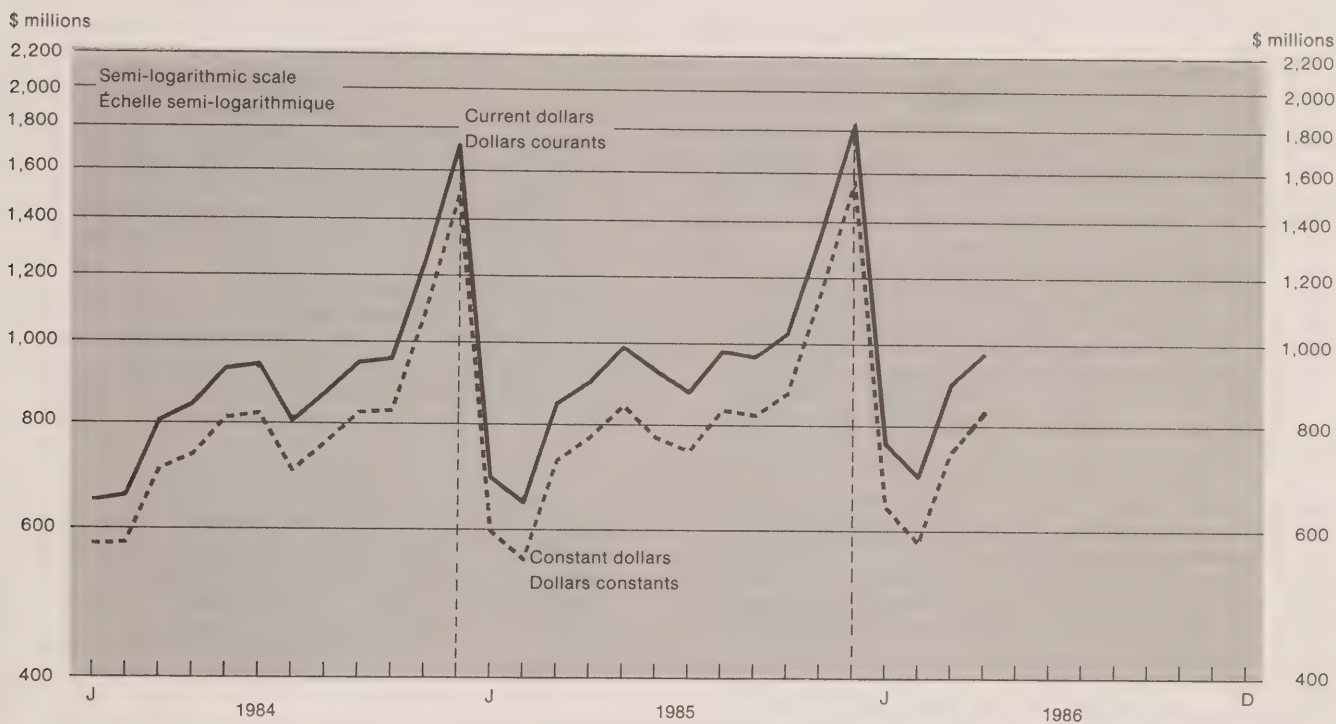
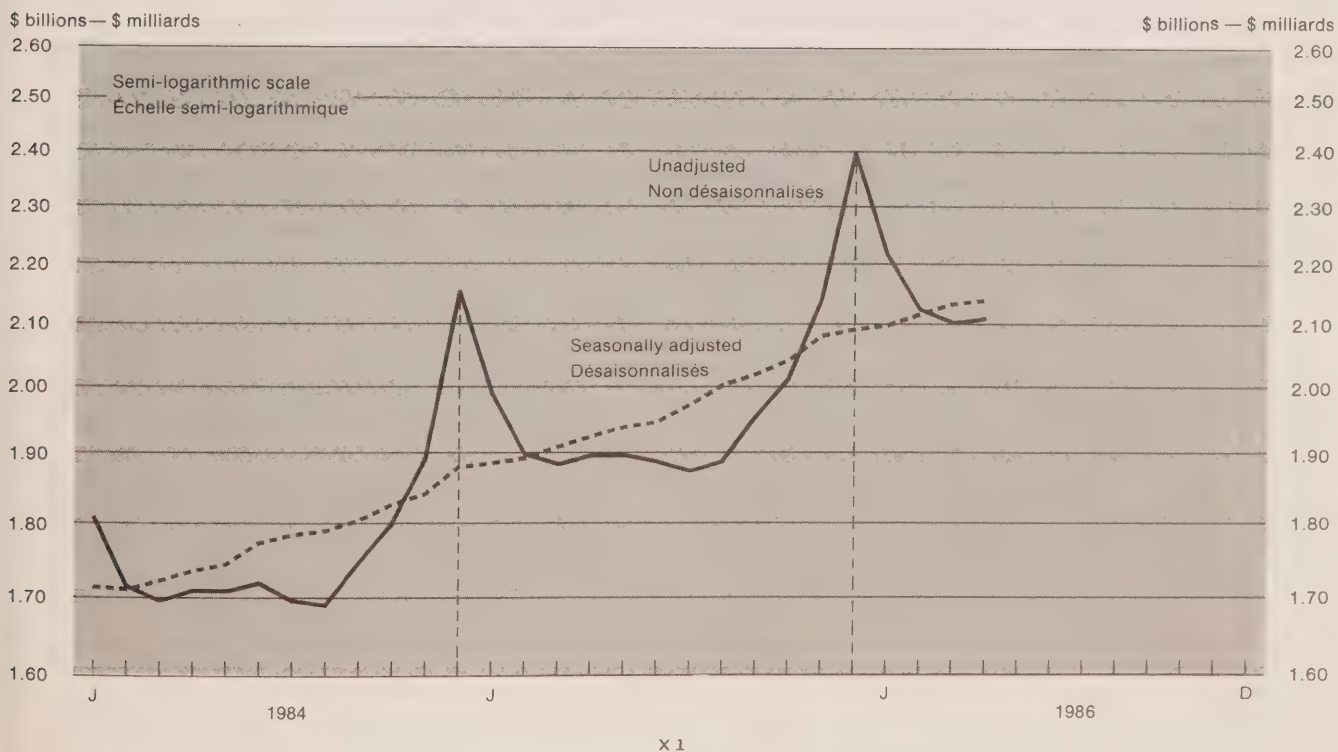


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Graphique — 5

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



HIGHLIGHTS

April 1986

Seasonally Adjusted Data

- o Seasonally adjusted, department store sales totalled \$1,060 million (not adjusted for price change) in April 1986, a marginal decrease of 0.2% from the previous month's revised total of \$1,062 million. The April decline follows a significant 2.4% increase recorded in March 1986. The strong increase in March and the subsequent marginal decline in April may have been partly due to the fact that, for the first time in eight years, Easter occurred in March.
- o The most important contributing factor in the April decline was a 15.1% (\$11 million) decrease in the sales of food and kindred products. Partly offsetting the impact of that decline were a 6.4% (\$4 million) increase in the sales of women's and misses' sportswear and a 25.6% (\$3 million) rise in china and glassware sales.
- o Seasonally adjusted department store stocks (at selling value) totalled \$4,276 million at the end of April, up 1.3% from the March 1986 revised value of \$4,222 million. This latest increase followed a 2.6% rise in March and increases of over 4.0% registered in each of the first two months of 1986.
- o The inventories to sales ratio stood at 4.03:1 in April 1986, up marginally from the average ratio of 3.94:1 observed in the first three months of the year, but significantly higher than ratios recorded in 1985 which averaged 3.49:1.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$977 million in April 1986, up 7.7% over the April 1985 level of \$907 million. This was the tenth consecutive month which, on a year-over-year basis, department store sales have increased. Cumulative department store sales for the first four months of 1986 totalled \$3,335 million, up 7.8% over the corresponding period in 1985.

POINTS SAILLANTS

Avril 1986

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes désaisonnalisées des grands magasins a enregistré une baisse minime de 0.2% en avril 1986, par rapport à l'estimation révisée de mars 1986 (\$1,062 millions) pour totaliser \$1,060 millions (les ventes sont non ajustées pour tenir compte du changement de prix). Cette diminution fait suite à une augmentation importante de 2.4% observée en mars 1986. La forte hausse en mars et le déclin marginal subséquent en avril peuvent être partiellement expliqués par le fait que Pâques a eu lieu en mars pour la première fois en huit ans.
- o Le plus important facteur contribuant à la baisse observée en avril est la diminution de 15.1% (\$11 millions) des ventes enregistrées dans le rayon des produits alimentaires et connexes. L'effet de cette diminution a été partiellement compensé par la hausse de 6.4% (\$4 millions) dans les ventes des vêtements sports pour dames et jeunes filles et de 25.6% (\$3 millions) dans les ventes de porcelaine et verrerie.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur marchande) a connu une hausse de 1.3% par rapport au mois précédent (\$4,222 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin d'avril à \$4,276 millions. Cette dernière augmentation fait suite à une hausse de 2.6% en mars et à des accroissements supérieurs à 4.0% au cours des deux premiers mois de 1986.
- o Le rapport du total des stocks possédés désaisonnalisés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 4.03:1 en avril 1986, une hausse minime comparativement au rapport moyen de 3.94:1 observé au cours des trois premiers mois de l'année, mais significative par rapport à la moyenne des rapports enregistrée en 1985 (3.49:1).

Données non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins ont totalisé \$977 millions en avril 1986, soit 7.7% de plus que le niveau de \$907 millions observé en avril 1985. Les grands magasins ont enregistré une dixième augmentation consécutive d'une année à l'autre. Les ventes cumulatives pour les quatre premiers mois de 1986 ont augmenté de 7.8% par rapport à la période correspondante de l'année dernière et se sont chiffrées à \$3,335 millions.

- o With the exception of Prince Edward Island, which recorded a decrease of 1.6% from the corresponding month a year earlier, all provinces reported higher sales. Increases ranged from 9.9% in both Ontario and British Columbia to 1.0% in Saskatchewan. Sales also rose in all 10 metropolitan areas surveyed.

- o Sales by major department stores in April 1986 reached \$592 million, while junior department stores had sales of \$385 million, both registering an increase of 7.7% over the same period last year.

- o In April 1986, there were 790 retail locations operated by department store organizations, three less than in March 1986 and four less than in April 1985. Of this total number, 309 were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.

- o In April 1986, total department store sales constituted 8.5% of all retail sales in Canada, a drop from the 8.6% share held in April 1985.

- o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,506 million, up 26.3% from April 1985.

- o The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in April 1986 amounted to \$2,109 million, up 11.2% from the \$1,897 million recorded in April 1985.

- o À l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard qui a indiqué une baisse des ventes (-1.6%) en avril 1986 par rapport au mois correspondant de l'année dernière, toutes les provinces ont signalé des hausses de ventes. Les augmentations s'échelonnent de 9.9% en Ontario et en Colombie-Britannique à 1.0% en Saskatchewan. Les ventes se sont également accrues dans les 10 régions métropolitaines visées par l'enquête.

- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en avril 1986, se sont chiffrées à \$592 millions, alors que les grands magasins populaires rapportaient, quant à eux, des ventes s'élevant à \$385 millions. Une hausse de 7.7%, par rapport à la même période en 1985, a été observée dans les deux cas.

- o En avril 1986, on a dénombré un total de 790 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit trois de mois qu'en mars 1986 et quatre de moins qu'en avril 1985. De ce total, 309 points de vente étaient exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 481 par les sociétés des grands magasins populaires.

- o Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.5% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en avril 1986, soit un recul par rapport à la part de 8.6% détenue en avril 1985.

- o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,506 millions, en hausse de 26.3% par rapport à avril 1985.

- o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,109 millions en avril 1986, soit 11.2% de plus que l'estimation enregistrée en avril 1985 (\$1,897 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisées				
Department		1985		1986		Change
						Variation
		March	April	March	April	April 1986/1985
		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril 1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent
		milliers de dollars				pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,827	19,099	15,550	20,524	+7.5
2	Women's and misses' coats and suits	21,186	17,401	19,618	19,540	+12.3
3	Women's and misses' sportswear	55,553	57,730	63,479	73,524	+27.4
4	Furs	1,705	1,215	2,133	1,233	+1.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	23,097	25,154	26,052	28,204	+12.1
6	Girls' and teenage girls' wear	18,744	17,776	20,546	18,919	+6.4
7	Lingerie and women's sleepwear	15,449	15,976	14,990	17,021	+6.5
8	Intimate apparel	11,305	11,612	11,493	11,546	-0.6
9	Millinery	1,179	1,515	1,012	1,081	-28.6
10	Women's and girls' hosiery	10,813	11,361	11,460	13,059	+14.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,746	14,686	13,481	16,254	+10.7
12	Women's, misses' and children's footwear	24,925	28,484	26,597	34,744	+22.0
13	Men's clothing	35,906	36,637	37,891	40,270	+9.9
14	Men's furnishings	39,157	40,142	43,592	45,801	+14.1
15	Boys' clothing and furnishings	12,535	14,408	14,805	15,887	+10.3
16	Men's and boys' footwear	16,026	17,697	17,084	20,394	+15.2
17	Food and kindred products	56,138	63,068	63,286	57,961	-8.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs	50,385	50,545	54,248	54,772	+8.4
19	Photographic equipment and supplies	9,237	10,190	8,818	9,357	-8.2
20	Piece goods	4,149	3,312	3,647	3,975	+20.0
21	Linens and domestics	24,667	25,073	27,192	29,411	+17.3
22	Smallwares and notions	8,651	8,120	7,442	6,850	-15.6
23	China and glassware	10,144	9,632	9,718	12,073	+25.3
24	Floor coverings	11,711	12,349	13,546	16,293	+31.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,429	14,364	14,993	16,649	+15.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,403	7,040	7,255	7,579	+7.7
27	Furniture	45,260	48,873	49,347	55,960	+14.5
28	Major appliances	41,867	41,924	42,958	45,427	+8.4
29	Television, radio and music	37,678	35,042	35,863	33,426	-4.6
30	Housewares and small electrical appliances	26,031	28,583	27,627	29,024	+1.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	22,570	34,178	25,058	33,901	-0.8
32	Plumbing, heating and building materials	7,315	10,027	7,982	10,522	+4.9
33	Jewellery	18,174	19,275	20,982	22,754	+18.0
34	Toys and games	18,893	21,383	19,447	18,756	-12.3
35	Sporting goods and luggage	20,308	26,837	19,607	28,104	+4.7
36	Stationery, books and magazines	24,734	24,703	26,287	24,076	-2.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,563	14,856	12,241	13,967	-6.0
38	Meals and lunches	21,869	21,182	19,841	20,353	-3.9
39	Repairs and services	11,565	10,885	11,931	13,363	+22.8
40	All other departments	29,183	34,591	31,309	34,301	-0.8
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	849,077	906,925	900,408	976,855	+7.7

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées						
1986				Change Variation	Rayon	NO
January ^r	February ^r	March ^r	April ^p	April/March 1986		
janvier ^r	Février ^r	Mars ^r	Avril ^p	Avril/Mars 1986		
Thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
18,282	17,236	17,849	18,734	+5.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
18,198	16,606	17,974	18,063	+0.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
67,775	65,704	68,510	72,861	+6.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
3,506	3,603	3,999	4,028	+0.7	Fourrures	4
27,940	28,053	28,995	28,037	-3.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
19,201	18,547	19,881	19,122	-3.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
20,957	20,564	20,278	21,169	+4.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,500	11,987	12,055	11,410	-5.3	Sous-vêtements	8
1,283	1,539	1,718	1,432	-16.7	Chapeaux	9
11,210	11,231	11,624	12,336	+6.1	Bas pour dames et fillettes	10
18,571	17,427	18,091	18,697	+3.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,377	28,694	28,911	30,163	+4.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
42,700	42,165	43,577	44,462	+2.0	Vêtements pour hommes	13
55,421	57,292	57,174	57,091	-0.1	Articles d'habillement pour hommes	14
15,325	16,277	16,568	15,692	-5.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,493	18,182	18,876	18,859	-0.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
64,658	64,672	69,597	59,063	-15.1	Produits alimentaires et connexes	17
62,483	63,115	63,175	63,759	+0.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,612	12,313	12,169	12,144	-0.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,534	3,620	3,585	4,088	+14.0	Tissus à la pièce	20
31,587	33,454	34,365	35,322	+2.8	Literie et linge de maison	21
7,589	7,773	7,863	7,751	-1.4	Menus articles	22
16,472	13,989	13,022	16,358	+25.6	Porcelaine et verrerie	23
16,113	15,290	14,095	15,979	+13.4	Revêtements de plancher	24
16,039	15,781	16,203	16,211	-	Tentures, rideaux et housses	25
9,279	9,375	9,175	9,277	+1.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
53,791	53,770	52,530	54,847	+4.4	Meubles	27
52,202	49,554	49,349	50,047	+1.4	Gros appareils ménagers	28
45,311	45,612	42,328	43,461	+2.7	Téléviseurs, radios et musique	29
38,793	35,677	38,029	37,332	-1.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,635	32,229	33,268	32,522	-2.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,189	10,176	10,340	9,952	-3.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
27,214	27,264	27,606	27,802	+0.7	Bijouterie	33
29,006	29,739	30,352	29,046	-4.3	Jouets et jeux	34
25,058	26,238	26,582	28,340	+6.6	Articles de sport et valises	35
32,820	33,840	33,358	31,737	-4.9	Papeterie, livres et revues	36
14,053	14,268	15,276	14,148	-7.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,451	21,355	21,120	21,514	+1.9	Repas et casse-croûtes	38
12,732	12,753	12,672	14,107	+11.3	Services et travaux de réparation	39
34,059	34,949	36,937	34,325	-7.1	Tous autres rayons	40
1,046,859	1,036,966	1,062,246	1,059,835	-0.2	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 March	537,063	x	x	9,188	x	90,490
April	549,344	x	x	9,717	x	95,938
January-April ^F	1,949,261	x	x	32,825	x	330,108
1986 March	553,848	x	x	9,395	x	94,559
April	591,817	x	x	10,430	x	104,084
January-April	2,070,174	x	x	34,227	x	348,017
Percentage change						
April 1986/1985	+7.7	x	x	+7.3	x	+8.5
January-April 1986/1985	+6.2	x	x	+4.3	x	+5.4
Junior department stores						
1985 March	312,014	x	x	16,688	x	69,684
April	357,581	x	x	19,720	x	80,229
January-April ^F	1,145,914	x	x	59,858	x	257,736
1986 March	346,560	x	x	18,410	x	75,266
April	385,039	x	x	19,498	x	86,469
January-April	1,265,290	x	x	63,913	x	282,740
Percentage change						
April 1986/1985	+7.7	x	x	-1.1	x	+7.8
January-April 1986/1985	+10.4	x	x	+6.8	x	+9.7
Total, all department stores						
1985 March	849,077	9,731	4,567	25,876	18,127	160,174
April	906,925	11,074	5,369	29,437	20,124	176,167
January-April ^F	3,095,175	34,853	17,862	92,683	64,421	587,844
1986 March	900,408	10,289	4,358	27,805	17,840	169,825
April	976,855	11,413	5,285	29,928	20,731	190,553
January-April	3,335,462	37,131	17,006	98,139	65,974	630,757
Percentage change						
April 1986/1985	+7.7	+3.1	-1.6	+1.7	+3.0	+8.2
January-April 1986/1985	+7.8	+6.5	-4.8	+5.9	+2.4	+7.3

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
185,694	30,515	x	87,813	107,111	1985 Mars
191,542	30,889	x	86,695	107,696	Avril
669,360	106,437	x	320,590	396,102	Janvier-avril ^F
198,460	29,499	x	89,613	107,246	1986 Mars
213,249	31,487	x	90,186	115,458	Avril
736,217	108,174	x	339,677	410,886	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+11.3	+1.9	x	+4.0	+7.2	Avril 1986/1985
+10.0	+1.6	x	+6.0	+3.7	Janvier-avril 1986/1985
Grands magasins populaires					
118,425	15,698	x	29,998	27,386	1985 Mars
138,705	18,443	x	31,524	29,940	Avril
444,297	56,590	x	105,118	98,691	Janvier-avril ^F
134,325	16,699	x	33,107	33,057	1986 Mars
149,777	18,935	x	34,390	35,855	Avril
492,211	59,708	x	117,395	119,432	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+8.0	+2.7	x	+9.1	+19.8	Avril 1986/1985
+10.8	+5.5	x	+11.7	+21.0	Janvier-avril 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
304,119	46,213	27,964	117,811	134,497	1985 Mars
330,247	49,333	29,319	118,219	137,636	Avril
1,113,657	163,028	100,326	425,709	494,793	Janvier-avril ^F
332,785	46,199	28,284	122,720	140,302	1986 Mars
363,026	50,421	29,608	124,577	151,313	Avril
1,228,429	167,883	102,754	457,073	530,317	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+9.9	+2.2	+1.0	+5.4	+9.9	Avril 1986/1985
+10.3	+3.0	+2.4	+7.4	+7.2	Janvier-avril 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 March	34,770	40,019	x	15,555	61,779
April	34,678	39,005	x	17,471	65,112
January-April ^r	127,402	145,592	x	60,112	225,907
1986 March	36,432	41,054	x	16,581	65,293
April	35,845	41,853	x	18,669	72,114
January-April	137,264	156,099	x	62,549	240,837
Percentage change					
April 1986/1985	+3.4	+7.3	x	+6.9	+10.8
January-April 1986/1985	+7.7	+7.2	x	+4.1	+6.6
Junior department stores					
1985 March	10,298	12,714	x	5,868	33,087
April	10,707	13,598	x	7,235	37,860
January-April ^r	36,367	44,784	x	22,138	123,765
1986 March	11,152	13,909	x	7,182	34,375
April	11,160	14,493	x	7,534	40,045
January-April	39,442	49,106	x	25,515	131,170
Percentage change					
April 1986/1985	+8.4	+6.6	x	+4.1	+5.8
January-April 1986/1985	+8.5	+9.7	x	+15.3	+6.0
Total, all department stores					
1985 March	45,068	52,733	14,671	21,422	94,865
April	45,385	52,603	16,453	24,707	102,973
January-April ^r	163,767	190,375	52,997	82,250	349,672
1986 March	47,584	54,963	15,818	23,764	99,668
April	47,455	56,345	17,255	26,204	112,159
January-April	176,706	205,203	56,396	88,066	372,007
Percentage change					
April 1986/1985	+4.6	+7.1	+4.9	+6.1	+8.9
January-April 1986/1985	+7.9	+7.8	+6.4	+7.1	+6.4

TABEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
23,497	x	93,501	69,426	x	1985 Mars
22,833	x	93,067	68,968	x	Avril
82,818	x	328,004	256,520	x	Janvier-avril ^r
24,668	x	99,132	72,749	x	1986 Mars
24,255	x	105,830	76,150	x	Avril
87,449	x	365,626	276,703	x	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+6.2	x	+13.7	+10.4	x	Avril 1986/1985
+5.6	x	+11.5	+7.9	x	Janvier-avril 1986/1985
Grands magasins populaires					
14,147	x	32,185	10,854	x	1985 Mars
16,585	x	38,114	11,919	x	Avril
52,784	x	123,505	39,254	x	Janvier-avril ^r
15,514	x	37,549	11,898	x	1986 Mars
18,186	x	42,922	13,388	x	Avril
57,760	x	138,965	43,691	x	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+9.7	x	+12.6	+12.3	x	Avril 1986/1985
+9.4	x	+12.5	+11.3	x	Janvier-avril 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
37,643	21,969	125,686	80,280	41,482	1985 Mars
39,418	23,844	131,181	80,887	44,652	Avril
135,601	80,706	451,510	295,773	147,456	Janvier-avril ^r
40,182	23,265	136,680	84,647	41,492	1986 Mars
42,441	26,486	148,753	89,537	45,477	Avril
145,208	86,265	504,592	320,393	151,882	Janvier-avril
Variation procentuelle					
+7.7	+11.1	+13.4	+10.7	+1.8	Avril 1986/1985
+7.1	+6.9	+11.8	+8.3	+3.0	Janvier-avril 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova- Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
	number - nombre					
Major department stores						
1985 March	322	6	3	7	4	55
April	322	6	3	7	4	55
1986 March	309	5	1	7	4	50
April	309	5	1	7	4	50
Junior department stores						
1985 March	471	8	4	26	23	108
April	472	8	4	27	23	108
1986 March	484	8	4	27	22	109
April	481	8	4	27	22	107
Total, all department stores						
1985 March	793	14	7	33	27	163
April	794	14	7	34	27	163
1986 March	793	13	5	34	26	159
April	790	13	5	34	26	157

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 March	14	18	6	14	30
April	14	18	6	14	30
1986 March	14	19	6	14	29
April	14	19	6	14	29
Junior department stores					
1985 March	12	15	8	10	46
April	12	15	9	10	46
1986 March	12	15	9	11	45
April	12	15	9	11	45
Total, all department stores					
1985 March	26	33	14	24	76
April	26	33	15	24	76
1986 March	26	34	15	25	74
April	26	34	15	25	74

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
109	18	15	46	59	1985 Mars
109	18	15	46	59	Avril
115	17	14	45	51	1986 Mars
115	17	14	45	51	Avril
Grands magasins populaires					
188	20	17	35	42	1985 Mars
188	20	17	35	42	Avril
191	21	17	36	49	1986 Mars
190	21	17	36	49	Avril
Ensemble des grands magasins					
297	38	32	81	101	1985 Mars
297	38	32	81	101	Avril
306	38	31	81	100	1986 Mars
305	38	31	81	100	Avril

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	40	26	13	1985 Mars
12	8	40	26	13	Avril
12	8	45	27	13	1986 Mars
12	8	45	27	13	Avril
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Mars
20	14	48	15	17	Avril
21	14	50	15	17	1986 Mars
21	14	50	15	17	Avril
Ensemble des grands magasins					
32	22	88	41	30	1985 Mars
32	22	88	41	30	Avril
33	22	95	42	30	1986 Mars
33	22	95	42	30	Avril

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.9
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
April

TABLERAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Avril

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines				
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	6.1	5.9	5.8	-1.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.4	12.4	11.6	-6.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.4	7.9	7.6	-3.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	7.8	7.4	-5.1
Québec	6.7	6.6	6.4	-3.0
Ontario	8.9	8.4	8.4	-
Manitoba	12.6	11.6	10.9	-6.0
Saskatchewan	7.7	7.6	7.1	-6.6
Alberta	12.1	11.0	10.7	-2.7
British Columbia - Colombie-Britannique	12.5	12.1	12.3	+1.7
CANADA	9.1	8.6	8.5	-1.2
Montréal	8.3	8.2	7.9	-3.7
Toronto	9.7	9.1	9.2	+1.1
Winnipeg	17.4	16.0	15.0	-6.3
Vancouver	14.4	13.9	14.0	+0.7

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-April

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	53,837	56,597	+5.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	63,847	65,020	+1.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	184,390	222,720	+20.8
4	Furs - Fourrures	11,581	11,554	-0.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	84,878	95,438	+12.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	55,012	60,133	+9.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	55,341	57,226	+3.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	39,912	41,661	+4.4
9	Millinery - Chapeaux	5,321	3,910	-26.5
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	38,316	41,281	+7.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	47,783	49,830	+4.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	83,057	94,909	+14.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	118,977	126,375	+6.2
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	131,908	151,483	+14.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	42,038	48,374	+15.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	53,576	58,287	+8.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	232,907	242,199	+4.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	188,862	204,834	+8.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	35,256	34,556	-2.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	13,397	13,507	+0.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	99,182	108,574	+9.5
22	Smallwares and notions - Menus articles	33,419	28,305	-15.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	35,609	39,924	+12.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	42,044	54,809	+30.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	47,457	53,937	+13.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	23,793	27,554	+15.8
27	Furniture - Meubles	169,753	195,633	+15.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	155,970	168,752	+8.2
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	134,629	140,779	+4.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	106,163	110,381	+4.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	94,171	98,478	+4.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	29,966	32,691	+9.1
33	Jewellery - Bijouterie	60,591	71,426	+17.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	65,864	63,785	-3.2
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	82,115	79,460	-3.2
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	92,947	98,089	+5.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	48,349	46,688	-3.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	80,034	75,974	-5.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	42,459	47,233	+11.2
40	All other departments - Tous autres rayons	110,464	113,096	+2.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	3,095,175	3,335,462	+7.8

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base de 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1985		1986		Change - Variation	
Department		March	April	March	April	April/March 1986	April 1986/1985
		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril/Mars 1986	Avril 1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	56,955	61,626	69,597	77,026	+10.7	+25.0
2	Women's and misses' coats and suits	68,340	62,638	94,616	90,964	-3.9	+45.2
3	Women's and misses' sportswear	171,399	177,275	296,118	302,601	+2.2	+70.7
4	Furs	14,917	27,009	32,631	31,249	-4.2	+15.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	77,245	92,475	106,801	133,133	+24.7	+44.0
6	Girls' and teenage girls' wear	59,132	54,433	79,881	85,186	+6.6	+56.5
7	Lingerie and women's sleepwear	47,653	55,508	61,839	71,333	+15.4	+28.5
8	Intimate apparel	43,624	45,563	51,139	56,007	+9.5	+22.9
9	Millinery	2,548	3,661	2,791	3,854	+38.1	+5.3
10	Women's and girls' hosiery	38,986	41,932	50,169	55,921	+11.5	+33.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	53,600	58,756	80,569	84,229	+4.5	+43.4
12	Women's, misses' and children's footwear	121,486	122,633	156,590	166,558	+6.4	+35.8
13	Men's clothing	171,752	191,503	212,503	233,971	+10.1	+22.2
14	Men's furnishings	166,369	193,164	214,996	238,931	+11.1	+23.7
15	Boys' clothing and furnishings	47,836	48,627	62,809	69,322	+10.4	+42.6
16	Men's and boys' footwear	76,236	81,631	94,788	106,789	+12.7	+30.8
17	Food and kindred products(3)	37,872	38,293	56,439	50,471	-10.6	+31.8
18	Toiletries, cosmetics and drugs	225,060	239,284	304,627	319,973	+5.0	+33.7
19	Photographic equipment and supplies	49,665	54,573	49,386	52,870	+7.1	-3.1
20	Piece goods	21,571	18,699	19,034	18,856	-0.9	+0.8
21	Linens and domestics	134,314	148,331	175,017	183,296	+4.7	+23.6
22	Smallwares and notions	37,555	46,594	44,146	51,219	+16.0	+9.9
23	China and glassware	66,029	85,074	103,170	121,557	+17.8	+42.9
24	Floor coverings	49,746	50,618	73,175	76,801	+5.0	+51.7
25	Draperies, curtains and furniture coverings	65,910	68,404	75,301	76,280	+1.3	+11.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	57,261	59,788	72,417	73,352	+1.3	+22.7
27	Furniture	149,735	157,170	187,719	193,683	+3.2	+23.2
28	Major appliances	74,982	75,702	75,036	79,373	+5.8	+4.8
29	Television, radio and music	140,488	153,528	159,657	178,922	+12.1	+16.5
30	Housewares and small electrical appliances	157,505	175,982	197,789	199,696	+1.0	+13.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	142,450	147,905	171,398	171,876	+0.3	+16.2
32	Plumbing, heating and building materials	31,394	25,482	30,740	32,251	+4.9	+26.6
33	Jewellery	107,128	112,841	173,315	186,483	+7.6	+16.8
34	Toys and games	121,590	147,814	120,274	152,020	+26.4	+2.8
35	Sporting goods and luggage	133,988	162,203	150,653	178,849	+18.7	+10.3
36	Stationery, books and magazines	130,744	141,714	141,892	161,011	+13.5	+13.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,851	56,541	59,759	56,801	-4.9	+0.5
38	Meals and lunches(3)	654	658	780	544	-30.3	-17.3
39	Repairs and services	6,085	6,322	2,067	2,158	+4.4	-65.9
40	All other departments	61,896	74,341	72,940	80,278	+10.1	+8.0
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,275,551	3,566,295	4,184,568	4,505,694	+7.7	+26.3

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés						
1986					Rayon	NO
January ^T	February ^T	March ^T	April ^P	Change - Variation April/March 1986		
Janvier ^T	Février ^T	Mars ^T	Avril ^P	Avril/Mars 1986		
Thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
62,838	63,367	63,188	64,696	+2.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
90,158	93,791	95,939	101,329	+5.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
254,075	248,871	263,641	262,942	-0.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
34,302	40,405	39,743	38,791	-2.4	Fourrures	4
105,163	118,009	112,681	118,260	+5.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
68,013	71,872	73,148	77,922	+6.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
62,824	64,766	65,043	65,668	+1.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
49,306	51,470	51,772	53,703	+3.7	Sous-vêtements	8
3,012	3,891	4,032	4,131	+2.5	Chapeaux	9
45,298	46,727	48,283	50,211	+4.0	Ras pour dames et fillettes	10
74,181	76,501	78,981	80,821	+2.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
134,766	134,431	139,202	142,615	+2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
196,095	209,233	214,232	221,168	+3.2	Vêtements pour hommes	13
199,593	205,655	213,644	213,159	-0.2	Articles d'habillement pour hommes	14
55,482	59,470	61,651	65,198	+5.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
93,099	93,960	93,360	95,183	+2.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
44,175	48,517	56,439	50,471	-10.6	Produits alimentaires et connexes(3)	17
292,274	299,875	313,157	314,965	+0.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,690	49,728	50,972	49,671	-2.6	Appareils et fournitures photographiques	19
16,452	16,956	17,713	18,922	+6.8	Tissus à la pièce	20
167,373	169,672	173,604	170,011	-2.1	Literie et linge de maison	21
48,726	49,224	49,629	47,856	-3.6	Menus articles	22
98,560	95,653	107,988	117,992	+9.3	Porcelaine et verrerie	23
69,557	69,552	72,768	74,293	+2.1	Revêtements de plancher	24
72,880	73,932	74,211	73,550	-0.9	Tentures, rideaux et housses	25
66,178	70,975	73,431	73,486	+0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
176,383	181,128	185,573	182,567	-1.6 *	Meubles	27
73,735	73,444	72,856	74,899	+2.8	Gros appareils ménagers	28
157,522	164,149	161,202	165,461	+2.6	Téléviseurs, radios et musique	29
179,828	184,452	207,409	190,537	-8.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
170,625	173,797	171,050	170,305	-0.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,098	31,813	30,582	30,985	+1.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
161,388	168,015	175,469	179,354	+2.2	Bijouterie	33
142,508	149,637	148,497	151,906	+2.3	Jouets et jeux	34
142,392	148,480	155,873	151,964	-2.5	Articles de sport et valises	35
151,476	149,746	157,429	158,708	+0.8	Papeterie, livres et revues	36
57,902	57,470	59,653	55,504	-7.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
781	616	780	544	-30.3	Repas et casse-croûtes(3)	38
2,813	2,210	2,108	2,090	-0.8	Services et travaux de réparation	39
68,493	72,177	72,866	70,344	-3.5	Tous autres rayons	40
3,954,234	4,114,225	4,221,913	4,276,404	+1.3	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		March	April	March	April
		Mars	Avril	Mars	Avril
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.60	3.23	4.48	3.75
2	Women's and misses' coats and suits	3.23	3.60	4.82	4.66
3	Women's and misses' sportswear	3.09	3.07	4.66	4.12
4	Furs	8.75	22.23	15.30	25.34
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.34	3.68	4.10	4.72
6	Girls' and teenage girls' wear	3.15	3.06	3.89	4.50
7	Lingerie and women's sleepwear	3.08	3.47	4.13	4.19
8	Intimate apparel	3.86	3.92	4.45	4.85
9	Millinery	2.16	2.42	2.76	3.56
10	Women's and girls' hosiery	3.61	3.69	4.38	4.28
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.90	4.00	5.98	5.18
12	Women's, misses' and children's footwear	4.87	4.31	5.89	4.79
13	Men's clothing	4.78	5.23	5.61	5.81
14	Men's furnishings	4.25	4.81	4.93	5.22
15	Boys' clothing and furnishings	3.82	3.38	4.24	4.36
16	Men's and boys' footwear	4.76	4.61	5.55	5.24
17	Food and kindred products	0.67	0.61	0.89	0.87
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.47	4.73	5.62	5.84
19	Photographic equipment and supplies	5.38	5.36	5.60	5.65
20	Piece goods	5.20	5.65	5.22	4.74
21	Linens and domestics	5.45	5.92	6.44	6.23
22	Smallwares and notions	4.34	5.74	5.93	7.48
23	China and glassware	6.51	8.83	10.62	10.07
24	Floor coverings	4.25	4.10	5.40	4.71
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.91	4.76	5.02	4.58
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.94	8.49	9.98	9.68
27	Furniture	3.31	3.22	3.80	3.46
28	Major appliances	1.79	1.81	1.75	1.75
29	Television, radio and music	3.73	4.38	4.45	5.35
30	Housewares and small electrical appliances	6.05	6.16	7.16	6.88
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.31	4.33	6.84	5.07
32	Plumbing, heating and building materials	4.29	2.54	3.85	3.07
33	Jewellery	5.89	5.85	8.26	8.20
34	Toys and games	6.44	6.91	6.18	8.11
35	Sporting goods and luggage	6.60	6.04	7.68	6.36
36	Stationery, books and magazines	5.29	5.74	5.40	6.69
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.66	3.81	4.88	4.07
38	Meals and lunches	0.03	0.03	0.04	0.03
39	Repairs and services	0.53	0.58	0.17	0.16
40	All other departments	2.12	2.15	2.33	2.34
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.77	3.85	4.60	4.54

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	N°
March	Avril	March	Avril		
Mars	Avril	Mars	Avril		
0.31	0.32	0.24	0.28	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.32	0.27	0.21	0.21	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.33	0.24	0.25	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.06	0.06	0.04	Fourrures	4
0.32	0.30	0.25	0.24	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.34	0.31	0.28	0.23	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.31	0.26	0.26	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.26	0.23	0.22	Sous-vêtements	8
0.40	0.49	0.32	0.33	Chapeaux	9
0.29	0.28	0.24	0.25	Bas pour dames et fillettes	10
0.27	0.26	0.18	0.20	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.23	0.23	0.19	0.22	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.22	0.20	0.19	0.18	Vêtements pour hommes	13
0.25	0.22	0.22	0.20	Articles d'habillement pour hommes	14
0.27	0.30	0.24	0.24	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.24	0.22	0.19	0.20	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.53	1.66	1.21	1.08	Produits alimentaires et connexes	17
0.23	0.22	0.19	0.18	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.20	0.20	0.19	0.18	Appareils et fournitures photographiques	19
0.22	0.16	0.22	0.21	Tissus à la pièce	20
0.19	0.18	0.16	0.16	Literie et linge de maison	21
0.24	0.19	0.17	0.14	Menus articles	22
0.14	0.13	0.10	0.11	Porcelaine et verrerie	23
0.24	0.25	0.19	0.22	Revêtements de plancher	24
0.21	0.21	0.20	0.22	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.11	0.10	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.31	0.32	0.27	0.29	Meubles	27
0.57	0.56	0.56	0.59	Gros appareils ménagers	28
0.28	0.24	0.23	0.20	Téléviseurs, radios et musique	29
0.17	0.17	0.15	0.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.17	0.24	0.15	0.20	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.28	0.35	0.27	0.33	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.18	0.18	0.13	0.13	Bijouterie	33
0.16	0.16	0.17	0.14	Jouets et jeux	34
0.17	0.18	0.14	0.17	Articles de sport et valises	35
0.19	0.18	0.20	0.16	Papeterie, livres et revues	36
0.22	0.27	0.22	0.24	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
36.66	32.29	28.43	30.74	Repas et casse-croûtes	38
1.99	1.75	5.83	6.33	Services et travaux de réparation	39
0.52	0.51	0.48	0.45	Tous autres rayons	40
0.27	0.27	0.23	0.22	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
			thousands of dollars - milliers de dollars	per cent - pourcentage	

Unadjusted - Non désaisonnalisés

January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,109,113P	+0.3P	+11.2P
May - Mai	1,708,247	1,897,723			
June - Juin	1,719,376	1,887,639			
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,520			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

millions of dollars - millions de dollars

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0 ^r	+0.3 ^r	+11.3 ^r
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0 ^r	+0.8 ^r	+11.8 ^r
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,132.0 ^r	+0.8 ^r	+11.7 ^r
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,139.0P	+0.3P	+11.2P
May - Mai	1,744.0	1,938.0			
June - Juin	1,773.0	1,946.0			
July - Juillet	1,784.0	1,972.0			
August - Août	1,789.0	2,002.0			
September - Septembre	1,804.0	2,019.0			
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade Section.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.
- Operating Results - Retail Trade. O. Bil.

A number of publications are available in the Operating Results series.

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.
- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil.

Un nombre de publications de la série des Résultats de l'exploitation est également disponible.

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.



Statistics Canada Statistique Canada

New Nouveautés

from Statistics Canada de Statistique Canada

August 1986 Août 1986

■ Inventory of Statistics Canada Questionnaires on Microfiche, 1985

The key to a good survey is a good questionnaire. Well designed questions mean better responses. That translates into better data and saves you time and money. See how we obtain our data at Statistics Canada by consulting our **Inventory of Statistics Canada Questionnaires on Microfiche**.

This well-organized 233 microfiche inventory complete with three ring binder includes all the questionnaires we use to collect statistics (easy reference index available separately in Part II). As well, the administrative forms from other federal and provincial government departments who supply us with statistics make up part of the inventory. Wherever possible, related instruction material for enumerators and respondents is provided.

Catalogue No. 12-205 (Annual),
Bilingual, Published 1986, Canada:
\$160.00, Other countries: \$161.00.

Part I: 233 Microfiche, 12-205M,
Canada: \$150.00, Other countries:
\$151.50.

Part II: Index, 12-205S, Canada:
\$15.00, Other countries: \$16.00.

■ Répertoire des questionnaires de Statistique Canada sur microfiches, 1985

Pour réussir une enquête, il faut un bon questionnaire. Des questions bien construites amènent de meilleures réponses. Cela se traduit par des données supérieures et vous permet d'épargner temps et argent. Consultez **Répertoire des questionnaires de Statistique Canada sur microfiches**, et vous saurez comment Statistique Canada recueille ses données.

Ce répertoire pratique de 233 microfiches comprend tous les questionnaires utilisés par Statistique Canada pour recueillir des statistiques, le tout présenté dans trois reliures à anneaux (index de consultation facile disponible séparément dans la Partie II). Le répertoire renferme également les formulaires administratifs des autres ministères provinciaux et fédéraux qui nous fournissent des données. Partout où cela est possible, les instructions fournies aux enquêteurs et aux répondants sont incluses.

N° 12-205 au catalogue (Annuel),
Bilingue, Publié en 1986. Canada:
\$160.00, Autres pays: \$161.00.

Partie I: 233 microfiches, 12-205M,
Canada: \$150.00, Autres pays:
\$151.50

Partie II: Index, 12-205S, Canada:
\$15.00, Autres pays: \$16.00.

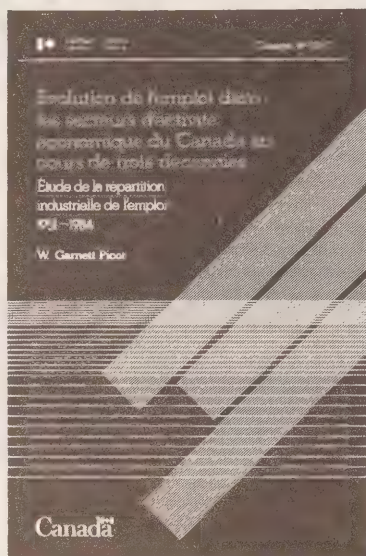
INDEX TO THE
INVENTORY OF
STATISTICS CANADA
QUESTIONNAIRES
ON MICROFICHE

1985

INDEX DU
RÉPERTOIRE DES
QUESTIONNAIRES DE
STATISTIQUE CANADA
SUR MICROFICHES

Canada

Canada



■ Canada's Industries: Growth in Jobs Over Three Decades A Review of the Changing Industrial Mix of Employment 1951-1984

Which Canadian industries and sectors were responsible for creating the most jobs during the 50s, 60s, 70s and early 80s? To what degree has this changed over time?

These are just two of the many questions addressed in this report. It reviews employment trends in Canada's industries and service sectors between 1951 and 1984, and explains why the mix of employment among industries has changed.

The report concentrates on two broad factors:

- changes in the demand for goods and services;
- variations among industries in the rate of productivity increase.

Data from a study using input-output analysis are also included to reach some conclusions about the importance of industrial employment during the 1970s.

Catalogue No. 89-507E (Occasional), E. and F., 113 pp., Published 1986, Canada: \$18.00, Other countries: \$19.00.

■ Évolution de l'emploi dans les secteurs d'activité économique du Canada au cours de trois décennies Étude de la répartition industrielle de l'emploi, 1951-1984

Quelles industries et quels secteurs au Canada ont été responsables de la création du plus grand nombre d'emplois durant les années 1950, 1960, 1970 et au début des années 1980? Jusqu'à quel point y a-t-il eu des changements au cours des années?

Ce ne sont là que deux des nombreuses questions auxquelles répond ce rapport. On y passe en revue les tendances de l'emploi dans les secteurs des services et les industries au Canada entre 1951 et 1984, tout en expliquant pourquoi la distribution de l'emploi parmi les industries a changé.

Le rapport se penche sur deux facteurs généraux:

- les changements dans la demande de biens et de services;
- les variations, parmi les industries, du taux de croissance de la productivité.

Le rapport comprend également des données provenant d'une étude élaborée à partir d'une analyse d'entrées-sorties, lesquelles rendent possible la formulation de conclusions quant à l'importance de l'emploi dans l'industrie au cours des années 1970.

N° 89-507F au catalogue (Hors série), F. et A., 128 pages, Publié en 1986
Canada: \$18.00, Autres pays: \$19.00.

■ Canadian Standard Industrial Classification for Companies and Enterprises, 1980

Does your marketing, financial or analytical work involve a multitude of Canadian companies? If so, Statistics Canada has just developed a comprehensive framework for classifying your "company-based" records and performance statistics.

Our new **Canadian Standard Industrial Classification for Companies and Enterprises, 1980 (SIC-C)** introduces a hierarchical structure for classifying and coding "company-based" records and data. Our SIC-C will also help your economist to analyze Statistics Canada's financial statistics.

Until now our **Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)** has been the single authoritative source for classifying economic statistics. While it remains the best instrument for classifying employment and production statistics, the new **SIC-C** will complement its role by providing a convenient method of classifying financial statistics or "company-based" records. Using a framework of 18 main industrial sectors (e.g., Energy, Wood and Paper) the **SIC-C** breaks each sector into a hierarchy of smaller units. The whole spectrum of the Canadian economy is covered.

SIC-C is an important resource for all institutions and companies with large "company-based" records and information systems. It is also the authoritative reference manual for the description of industrial coverage of Statistics Canada's industrial financial statistics.

Catalogue No. 12-570E (Occasional), E. and F., 381 pp., Published 1986
Canada: \$50.00, Other countries: \$72.00.

■ Classification canadienne type des industries pour compagnies et entreprises, 1980

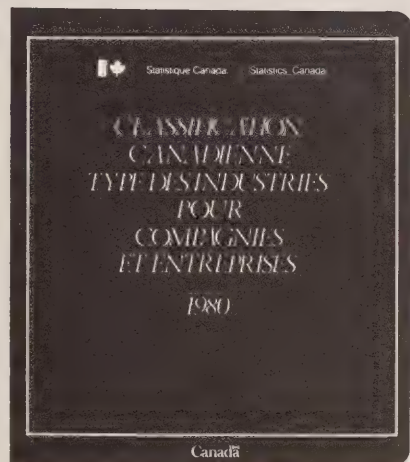
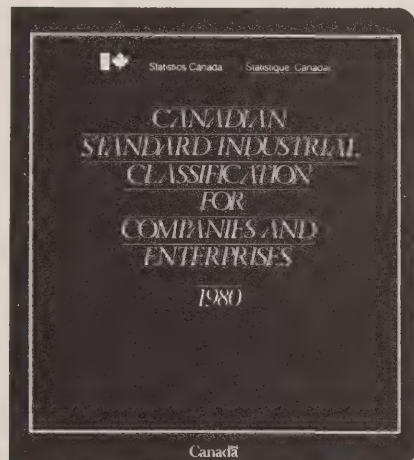
Votre travail financier, d'analyse ou de commercialisation vous amène-t-il à tenir compte d'une multitude de compagnies canadiennes? Si c'est le cas, vous serez heureux d'apprendre que Statistique Canada vient tout juste de mettre au point une structure détaillée qui vous permettra de classer vos registres sur les compagnies et vos statistiques sur le rendement.

Notre nouvelle publication **Classification canadienne type des industries pour compagnies et entreprises, 1980 (CTI-C)** présente une structure hiérarchique pour la classification et le codage des données et des registres sur les compagnies. La publication sera aussi utile à l'économiste pour l'analyse des statistiques financières de Statistique Canada.

Jusqu'à maintenant, la publication **Classification type des industries pour les statistiques d'établissement (CTI-E)** était la seule source qui faisait autorité en ce qui a trait à la classification des statistiques économiques. Bien que celle-ci demeure la meilleure source de classement des statistiques sur l'emploi et la production, la nouvelle **CTI-C** vient la compléter en présentant une méthode pratique de classification des statistiques financières et des registres sur les compagnies. À partir d'une structure regroupant 18 des principales branches d'activité (par exemple, énergie, bois et papier), la **CTI-C** divise chaque branche en une hiérarchie de sous-unités, lesquelles couvrent tous les aspects de l'économie canadienne.

La publication **CTI-C** est un outil essentiel aux établissements et aux compagnies ayant d'importants registres et systèmes d'information sur les compagnies. Elle constitue aussi l'ouvrage de référence qui fait autorité en ce qui concerne la description de la couverture des branches d'activité faite dans les statistiques financières des industries, publiées par Statistique Canada.

N° 12-570F au catalogue (Hors série),
F. et A., 435 pages, Publié en 1986
Canada: \$50.00, Autres pays: \$72.00.



■ Urban FSA and Rural Postal Code Summary Data, 1984

Zero in on the perfect market...

In a competitive world, you can't afford to miss reaching your ideal target market or locating the best product testing area. Our most recent small area reference product will make sure you don't.

Urban FSA (Forward Sortation Area) and Rural Postal Code Summary Data, 1984 presents a demographic and socio-economic portrait of the residents of 1,000 urban and 6,000 rural postal code areas. The data present 27 different population characteristics, including age, sex, income and employment status. Using the data in this report, you would find that in Bagot, Manitoba, 84% of taxfilers were married and that their average income was \$8,500. Or that the average worker in West Vancouver's British Properties earned \$17,900 compared with \$9,100 for the average worker in Vancouver's Chinatown.

This invaluable reference book for Canadian marketers and mail order specialists is available in five editions: one for all of Canada, and one for each of Canada's four major regions.

Catalogue No. 17-602 (Occasional), Bilingual, Published 1986.

Issue No.

- 86-000 Canada, 432 pp.,
Canada: \$275,
Other countries: \$295
- 86-001 Atlantic Provinces, 90 pp.,
Canada: \$100,
Other countries: \$112.
- 86-002 Quebec, 126 pp.,
Canada: \$100,
Other countries: \$112.
- 86-003 Ontario, 148 pp.,
Canada: \$100,
Other countries: \$112
- 86-004 Western Provinces and Territories,
150 pp.,
Canada: \$100,
Other countries: \$112.

■ Tableaux sommaires pour RTA urbaines et codes postaux ruraux, 1984

Viser le marché idéal...

Dans un monde où la concurrence est vive, vous ne pouvez vous permettre de rater votre marché cible idéal ou votre meilleur marché-test. Notre outil de référence le plus récent sur les petites régions est une garantie de réussite.

Tableaux sommaires pour RTA urbaines et codes postaux ruraux, 1984 brosse un portrait démographique et socio-économique des résidents de 1,000 régions urbaines et de 6,000 régions rurales de codes postaux (RTA, régions de tri d'acheminement). Les données portent sur 27 caractéristiques de la population, dont l'âge, le sexe, le revenu et l'activité. À partir des données du rapport, vous découvrirez qu'à Bagot, au Manitoba, 84% des déclarants fiscaux étaient mariés au moment de l'étude et que leur revenu annuel moyen était de \$8,500. Ou encore, vous apprendrez que le travailleur moyen de "British Properties" à Vancouver-Ouest gagne \$17,900 annuellement, alors que le travailleur moyen du quartier chinois de Vancouver ne gagne que \$9,100.

Cet ouvrage de référence d'une valeur inestimable pour les spécialistes de la commercialisation est disponible en cinq éditions: une pour le Canada et une pour chacune des quatre grandes régions du pays.

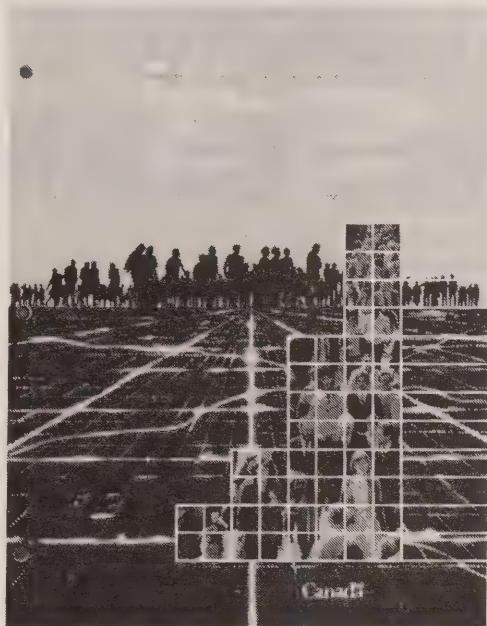
N° 17-602 au catalogue (Hors série), Bilingue, Publié en 1986.

N°

- 86-000 Canada, 432 pages
Canada: \$275,
Autres pays: \$295.
- 86-001 Provinces de l'Atlantique, 90 pages
Canada: \$100,
Autres pays: \$112.
- 86-002 Québec, 126 pages
Canada: \$100,
Autres pays: \$112.
- 86-003 Ontario, 148 pages
Canada: \$100,
Autres pays: \$112.
- 86-004 Provinces de l'Ouest et Territoires,
150 pages
Canada: \$100,
Autres pays: \$112.



Population Projections for Canada, Provinces and Territories, 1984-2006



This report describes recent, wide-ranging demographic developments, and the issues which they pose to present and future generations. What are the long-term implications of declines in the size of our population; of pronounced increases in the number and proportion of elderly Canadians? The report also projects the size of future consumer markets and annual population changes: births, deaths and net migration.

An invaluable publication for business planners, policy makers, the media, social scientists and members of the public interested in the future of Canada's population.

Population Projections for Canada, Provinces and Territories, 1984-2006, Catalogue No. 91-520 (Occasional), is available for \$40.00 in Canada (\$50.00 other countries) from Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6.

Telephone (613) 993-7276.



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1984-2006



Ce rapport présente les nouvelles réalités démographiques du Canada ainsi que les problèmes actuels et à venir qui y sont liés. Quels effets auront le déclin éventuel de la population et l'augmentation marquée du nombre de personnes âgées? Le rapport présente également des projections et des analyses touchant la taille des marchés futurs, ainsi que des projections sur les variations annuelles de la population: naissances, décès et migration nette.

Ce document constitue un outil précieux pour les planificateurs, les décideurs, les représentants des médias, les spécialistes en sciences sociales et tous ceux intéressés par l'évolution des tendances démographiques au Canada.

Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1984-2006, n° 91-520 au catalogue (hors série), se vend \$40.00 au Canada (\$50.00 autres pays) et peut être obtenu auprès de Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6.
Téléphone (613) 993-7276.

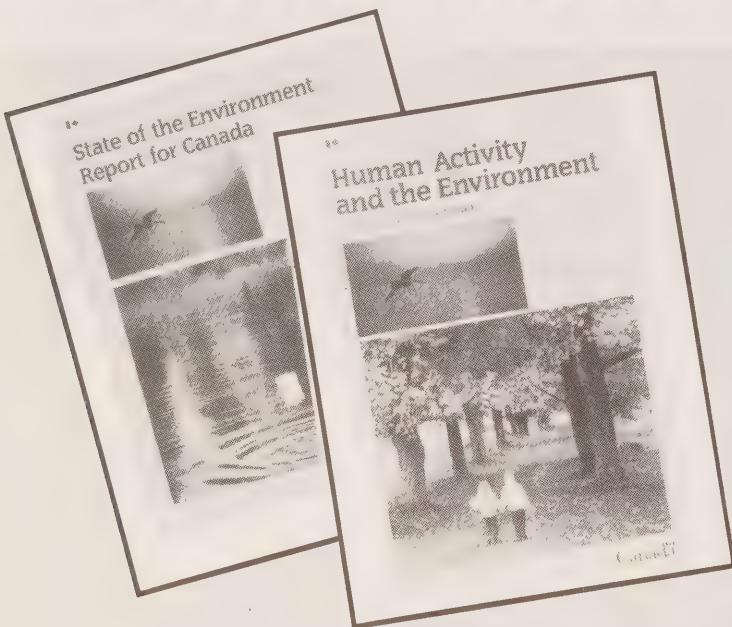


Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

The Most Important Assessment of Canada's Environment Ever Published



Environment Canada and Statistics Canada have combined their efforts to prepare two new publications, which are intended to increase broad public awareness of the state of Canada's environment and to stimulate discussion about its links to the economy and human health.

The **State of the Environment Report for Canada**, published by Environment Canada, provides an assessment of current environmental conditions, trends and changes across the country. **Human Activity and the Environment: A Statistical Compendium**, from Statistics Canada, is the most comprehensive statistical description of the variety and intensity of human ventures that affect Canada's ecosystem.

Together, these two publications provide a unique source of information on Canada's environment. They will serve as valuable reference tools for government and industry, as well as for consultants, environmentalists, students and the general public.

HOW TO ORDER

Copies of the **State of the Environment Report** (Catalogue No. EN 21-54/1986E) are available through authorized bookstore agents or your local book seller at \$25 per copy in Canada (\$30 outside Canada). The report may also be ordered from:

Canadian Government Publishing Centre
Supply and Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S9

The **State of the Environment Report**, comprising 276 pages that include charts, tables and maps, examines a variety of stresses on the environment (e.g. pollution loadings, land use changes, resource exploitation) and the effects they have on our ecosystems (e.g. changes in productivity, mix of species, incidence of disease). The report focusses on the links between human activity, natural forces and changes in the Canadian environment.

The **State of the Environment Report** approaches the environment from an ecosystem point of view. The country is divided into 15 ecozones based on natural, rather than jurisdictional boundaries. This innovative approach makes it possible to describe trends and conditions across an area as vast and diverse as Canada.

The report looks at:

- Agriculture
- Forests
- Fresh Water and Marine Environments
- Wildlife
- Contaminants
- Canada in a Global Setting
- Canadians' Perceptions of the Environment
- Land Use Changes

Human Activity and the Environment is a 375-page compendium of environmental, social and economic statistics, which have been compiled from a variety of sources including Statistics Canada and Environment Canada, as well as federal and provincial government agencies. As such, it documents everything from population distribution to mining; from industrial emissions to contaminants in fish.

A wide variety of detailed statistics is presented, in **Human Activity and the Environment**, for ecozones and drainage basins. The 17 technical boxes found throughout eight chapters explain the nature and usefulness of selected data series, as well as the findings of special scientific studies. This report is a valuable statistical reference containing 172 tables, 66 charts and 77 maps, many in colour.

For further information about **Human Activity and the Environment**, please contact your local Statistics Canada reference centre, listed in the blue pages of many telephone books.

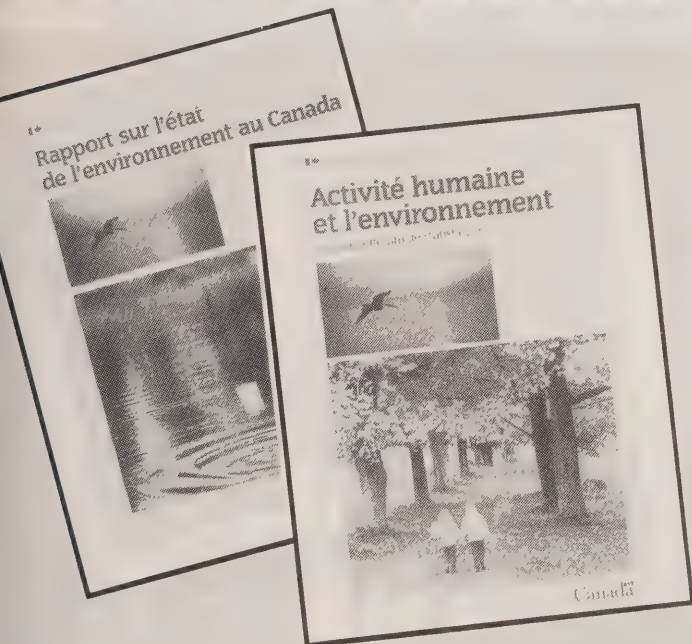
Human Activity and the Environment (Catalogue No. 11-509E) is available at \$45 in Canada (\$55 outside Canada) from:

Publication Sales and Services
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Please make cheque payable to the Receiver General for Canada — Publications.



L'évaluation la plus importante jamais publiée sur l'environnement au Canada



Le **Rapport sur l'état de l'environnement**, qui comprend 276 pages, illustrées de graphiques, de tableaux et de cartes, examine une série de stress environnementaux (comme l'accumulation de polluants, les changements d'utilisation des terres, l'exploitation des ressources) et leurs effets sur l'écosystème (comme les changements dans la productivité, la répartition des espèces et l'incidence des maladies). On met l'accent sur les liens entre l'activité humaine, les forces naturelles et les changements observés dans l'environnement.

Le **Rapport sur l'état de l'environnement** présente l'environnement dans une perspective écosystémique. Le pays est divisé en 15 zones écologiques définies par des frontières naturelles plutôt que juridiques. Cette nouvelle grille rend possible la description des tendances et des conditions environnementales à travers un territoire aussi vaste et diversifié que le Canada.

Le rapport aborde les sujets suivants :

- L'agriculture
- Les forêts
- La faune
- Les perceptions environnementales des Canadiens
- Les contaminants
- Le milieu aquatique et marin
- Le Canada dans une perspective d'ensemble
- Les changements dans l'utilisation des terres

L'**Activité humaine et l'environnement** renferme 375 pages de statistiques sur l'environnement, la société et l'économie, recueillies de diverses sources dont Statistique Canada, Environnement Canada et des agences des gouvernements fédéral et provinciaux. C'est pourquoi on y retrouve des données sur une foule de sujets, que ce soit la répartition démographique, les mines, les émissions industrielles ou les contaminants dans le poisson.

L'**Activité humaine et l'environnement** contient aussi des données exhaustives sur les zones écologiques et les bassins hydrographiques. Dix-sept cases techniques réparties sur huit chapitres expliquent l'objet et l'utilité des séries de données retenues ainsi que les résultats de certaines études scientifiques. C'est un outil de référence par excellence qui comporte 172 tableaux, 66 graphiques et 77 cartes dont plusieurs en couleur.

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'**Activité humaine et l'environnement**, veuillez communiquer avec le centre de référence de Statistique Canada le plus près, qui apparaît dans les pages bleues de plusieurs annuaires téléphoniques.

Environnement Canada et Statistique Canada ont préparé de concert deux nouvelles publications pour sensibiliser les Canadiens à l'état de leur environnement et stimuler la discussion sur les liens entre l'environnement, l'économie et la santé.

Le **Rapport sur l'état de l'environnement au Canada**, publié par Environnement Canada, évalue les conditions environnementales actuelles, les tendances et les changements observés à la grandeur du pays. L'**Activité humaine et l'environnement: un compendium de statistiques**, de Statistique Canada, renferme les données statistiques les plus complètes sur l'impact des diverses activités humaines sur notre écosystème.

Ces deux publications sont une source d'information unique sur l'environnement au Canada. Elles seront utiles à ceux qui travaillent pour le gouvernement et l'industrie, aussi bien qu'aux consultants, aux écologistes, aux étudiants et au grand public.

COMMANDES

Vous pouvez vous procurer des exemplaires du **Rapport sur l'état de l'environnement au Canada** (n° de catalogue EN 21-54/1986F) auprès des agents libraires agréés ou de votre librairie pour la somme de 25 \$ l'unité (30 \$ à l'extérieur du Canada). Le rapport peut aussi être commandé du :

Centre d'édition du gouvernement du Canada
Approvisionnement et Services Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

L'**Activité humaine et l'environnement** (n° de catalogue 11-509F) est disponible pour la somme de 45 \$ l'unité (55 \$ à l'extérieur du Canada) auprès de :

Ventes et services de publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Veuillez faire votre chèque à l'ordre du Receveur général du Canada — Publications.



Canada Handbook

A Kaleidoscope of Canada and its People

Travel from Coast-to-coast and Never Leave Your Armchair

Where can you find out how much gold is mined in Canada, see what the Library of Parliament looks like, find out the population of Calgary, and discover how much the government makes and spends? In the **Canada Handbook**, of course!

A handsome 6" x 9" volume with 256 pages of text, tables and over 200 striking colour photographs, this virtual mini-encyclopedia contains information on:

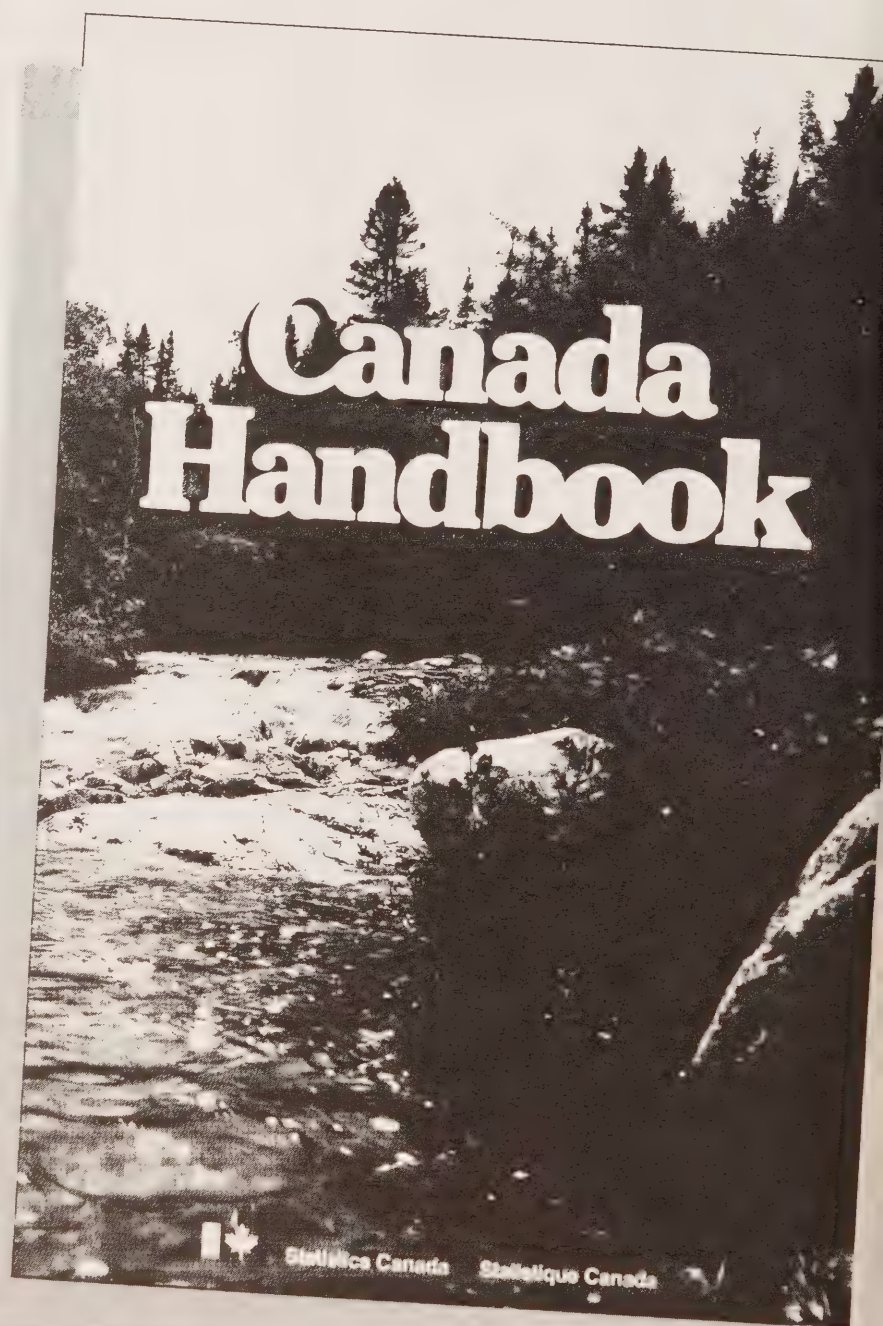
- Canada's government and its services
- the economy
- the labour scene
- international trade and investment
- technology
- arts and culture
- geography and climate.

A richly textured portrait of the country comes to life, describing everything from the Athabasca tar sands to a Toronto chocolate factory.

The **Canada Handbook** is a book no Canadian home, office or library should be without. Adults will find it informative and pleasurable reading. Children and teachers will find it an excellent reference book for school projects. And for foreign visitors, it makes an ideal gift.

The **Canada Handbook**, Catalogue No. 11-403E, is available for \$15.00 in Canada (\$16.50 other countries) from Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6.

Telephone (613) 993-7276.



Canada

Un reflet des multiples facettes du Canada et de ses habitants

Voyagez d'un océan à l'autre sans quitter votre fauteuil

Où peut-on obtenir de l'information sur la quantité d'or extraite des mines au Canada, voir à quoi ressemble la Bibliothèque du Parlement, trouver la population de Calgary et apprendre combien d'argent reçoit et dépense l'administration publique? Dans le **Le Canada**, bien entendu!

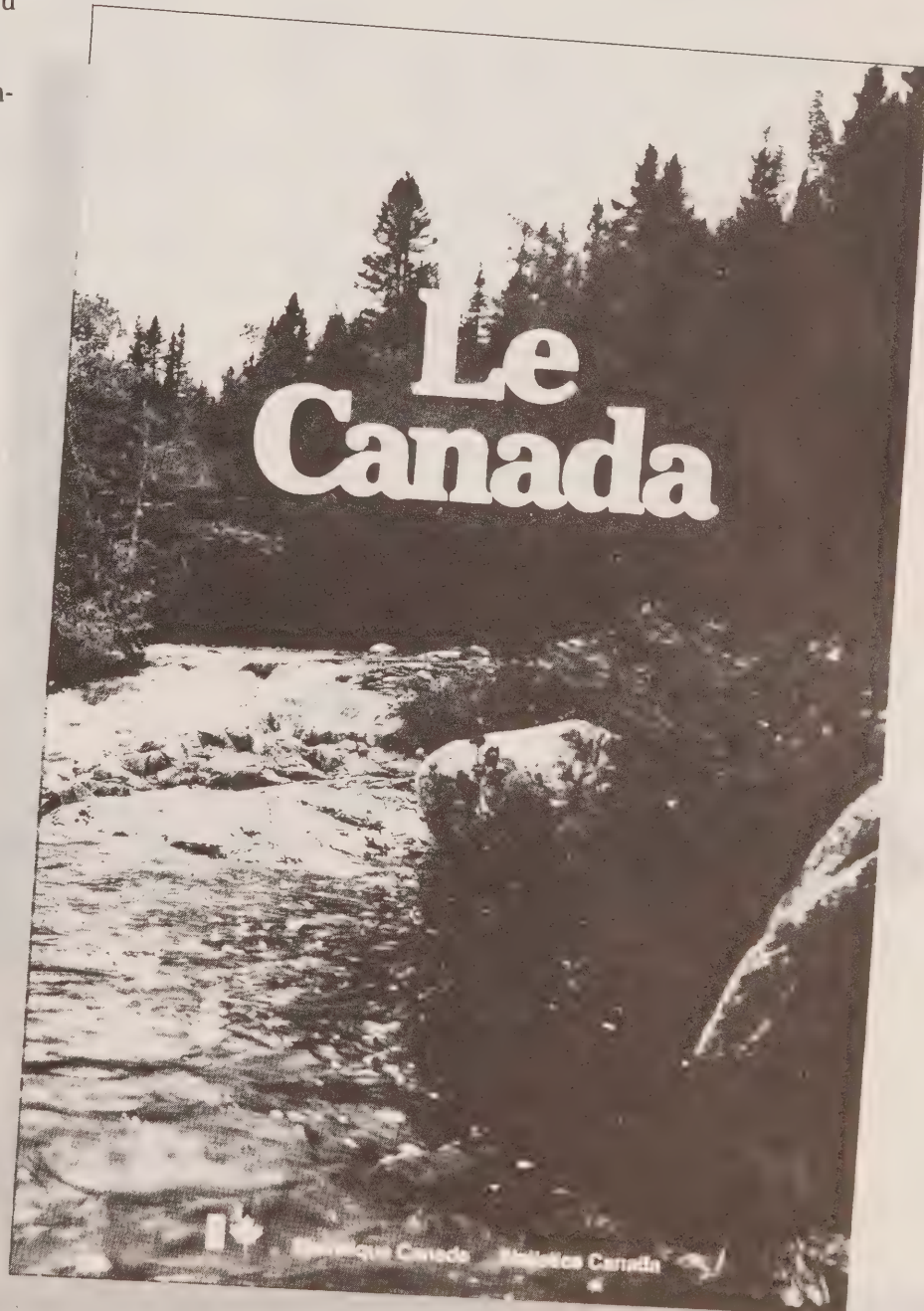
Cette mini-encyclopédie, un ouvrage magnifique de 256 pages renfermant des textes, des tableaux et plus de 200 photos couleurs saisissantes, contient de l'information sur:

- l'administration publique canadienne et les services qu'elle offre
- l'économie
- le marché du travail
- le commerce et les investissements internationaux
- la technologie
- les arts et la culture
- la géographie et le climat.

On y dépeint le Canada dans toute sa richesse, depuis les sables bitumineux de l'Athabasca jusqu'à une chocolaterie de Toronto.

Le Canada est un outil pratiquement indispensable pour tout foyer, bureau ou bibliothèque. Les adultes le trouveront informatif et agréable à lire. Les enfants et les enseignants trouveront qu'il s'agit là d'un excellent ouvrage de référence pour leurs projets scolaires. Et il constitue un cadeau idéal pour les visiteurs étrangers.

Le Canada, n° 11-403F au catalogue, se vend \$15.00 au Canada (\$16.50 autres pays) et peut être obtenu auprès de Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6. Téléphone (613) 993-7276.



Canada

Every week

The numbers that make decisions

The data that highlight national economic trends

Infomat is a digest of the most important statistics of the week. It is invaluable for business planners, policy makers and members of the media who take an interest in the Canadian economy.

Articles cite the most recent economic and social data available, describe current trends and point out significant changes. Regular features include a complete list of publications released by Statistics Canada during the reference week, a table of key economic indicators and a list of upcoming data releases. The text is concise, easy-to-read and complemented by tables and charts.

Infomat, Catalogue No. 11-002E (weekly), is available for \$2.00 per copy/\$100.00 annually (in Canada); \$3.00 per copy/\$150.00 annually (elsewhere), from:

Publication Sales and Services,
Statistics Canada,
Ottawa, Ontario
K1A 0T6
(613) 993-7276

Toutes les semaines

Les chiffres qui font les décisions

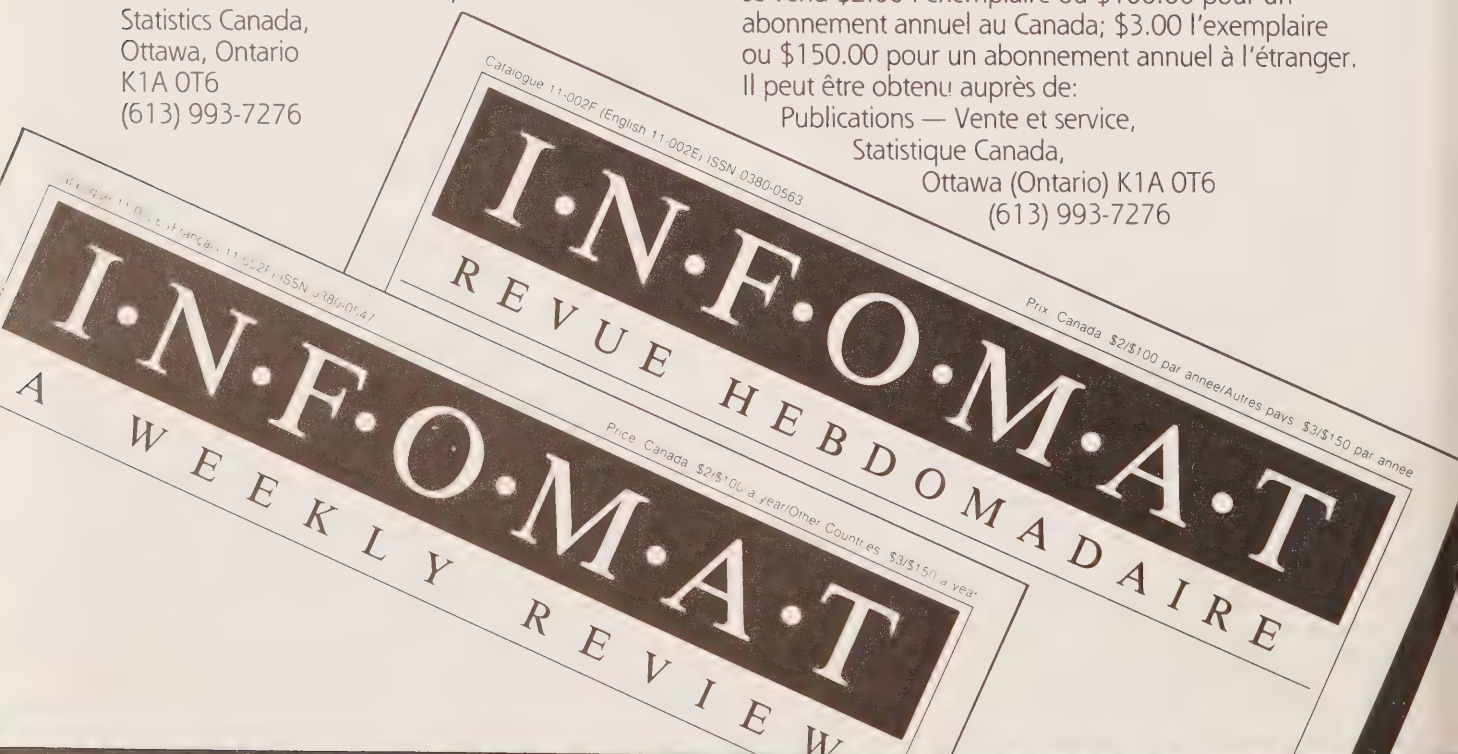
Les données illustrant les tendances de l'économie canadienne

Infomat est un résumé des statistiques les plus importantes de la semaine. C'est un outil d'une valeur inestimable pour les planificateurs du monde des affaires, les responsables de l'élaboration des politiques et les médias d'information s'intéressant à l'économie canadienne.

Les articles contenus dans ce bulletin citent les plus récentes données économiques et sociales disponibles, décrivent les tendances actuelles et soulignent les changements les plus significatifs. On y retrouve des chroniques régulières, notamment une liste complète des nouvelles publications parues à Statistique Canada au cours de la semaine de référence, un tableau des principaux indicateurs économiques, ainsi qu'une liste des données à paraître. Le texte est concis, facile à lire et illustré de tableaux et de graphiques.

Infomat, n° 11-002F au catalogue (hebdomadaire), se vend \$2.00 l'exemplaire ou \$100.00 pour un abonnement annuel au Canada; \$3.00 l'exemplaire ou \$150.00 pour un abonnement annuel à l'étranger. Il peut être obtenu auprès de:

Publications — Vente et service,
Statistique Canada,
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
(613) 993-7276



Statistics Canada

Statistique Canada

Canada

■ Help-wanted Index, 1985

If you need to know how the economy is faring, be sure to consult the **Help-wanted Index**, an important indicator of economic change.

The 20 page index shows labour demand from help-wanted ads placed by employers in the classified ad sections of 18 metropolitan newspapers from Newfoundland to British Columbia.

Tables provide figures for the years 1962 to 1985 for a longer term perspective. In addition the publication contains raw and seasonally adjusted line graphs of the last eight years for Canada and five regions: the Atlantic provinces, Quebec, Ontario, the Prairie provinces and British Columbia.

Catalogue No. 71-204 (Annual), Bilingual, 20 pp., Published 1986, Canada: \$10.00, Other countries: \$11.00.

■ Indice de l'offre d'emploi, 1985

Si vous devez savoir comment l'économie se porte, consultez **Indice de l'offre d'emploi**, un indicateur des changements économiques.

Cette publication de 20 pages fait état de la demande d'emploi à partir des offres d'emploi parues dans la section des annonces classées de 18 journaux de régions métropolitaines à travers le Canada.

Les tableaux présentent des chiffres de l'année 1962 à l'année 1985 pour vous donner une perspective à long terme. De plus, la publication contient des graphiques linéaires de données brutes et de données désaisonnalisées, portant sur les huit dernières années, pour le Canada et pour cinq régions: les provinces de l'Atlantique, le Québec, l'Ontario, les provinces des Prairies et la Colombie-Britannique.

N° 71-204 au catalogue (Annuel), Bilingue, 20 pages, Publié en 1986 Canada: \$10.00, Autres pays: \$11.00.

How to Order

Please complete and return one of the order coupons provided for your convenience. Ordering assistance is available from **Publication Sales**, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, telephone (613) 993-7276 or from one of the regional reference centres listed below.

Regional Reference Centres

St. John's	772-4073
Halifax	426-5331
Montreal	283-5725
National Capital Region	990-8116
Nipissing	753-4888
Toronto	973-6586
Winnipeg	949-4020
Regina	780-5405
Edmonton	420-3027
Vancouver	666-3691

Toll free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres:

Newfoundland & Labrador	Zenith 0-7037
Maritime Provinces	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1-800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia	
(Southern & Central)	112-800-663-1551
Yukon & Northern B.C.	Zenith 0-8913

Comment commander

Prière de remplir et de nous retourner un des bons de commande ci-joints. Pour plus de renseignements, communiquer avec **Vente des publications**, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, au (613) 993-7276, ou avec un des centres de consultation régionaux ci-dessous.

Centres de consultation régionaux

St John's	772-4073
Halifax	426-5331
Montréal	283-5725
Région de la capitale nationale	990-8116
Nipissing	753-4888
Toronto	973-6586
Winnipeg	949-4020
Regina	780-5405
Edmonton	420-3027
Vancouver	666-3691

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Maritimes	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1-800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Sud et centre de la Colombie-Britannique	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B.	Zénith 0-8913

Mail to:
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, K1A 0T6

Company:

Dept.:

Attention:

Title:

Address:

City:

Tel.:

Province:

Country:

Postal Code:

☐ Purchase Order Number (please enclose)☐ Payment enclosed

\$

CHARGE TO MY:

☐ MASTERCARD☐ VISA

 Statistics Canada

Account No.:

Expiry Date

☐ Bill me later

My client reference number is:

Signature:

Cheques or money orders should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent. PF-02962

Postez à:
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa, K1A 0T6

(Lettres moulées s.v.p.)

Compagnie:

Service

Attention:

Function:

Adresse:

Ville:

Tél.:

Province:

Pays:

Code postal:

☐ Numéro de la commande (inclure s.v.p.)☐ Paiement inclus

3

PORTEZ À MON COMPTE:

☐ MASTERCARD☐ VISA☐ Statistique Canada

N° de compte:

Date d'expiration

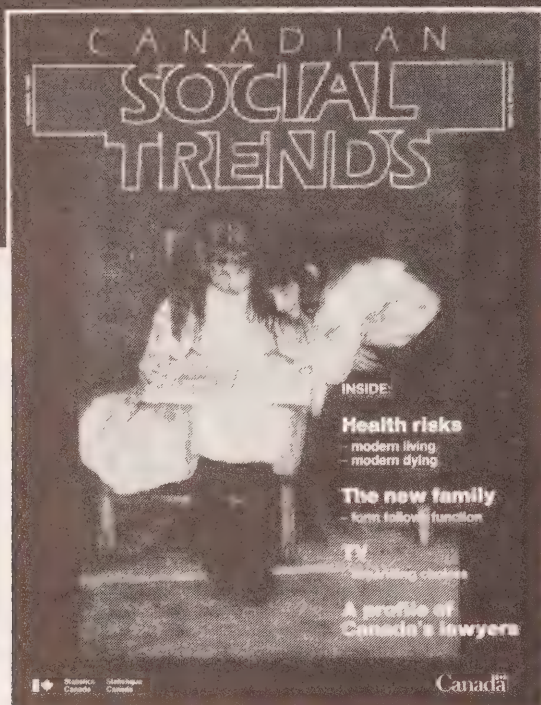
☐ Facturez-moi plus tard

Numéro de référence du client:

Signature:

Les chèques ou mandats doivent être établis à l'ordre du Receveur général du Canada/Publications, en dollars canadiens ou l'équivalent. PF-02962

NOT SURE WHERE TO TURN FOR THE FACTS?



Not sure where to turn for the facts?

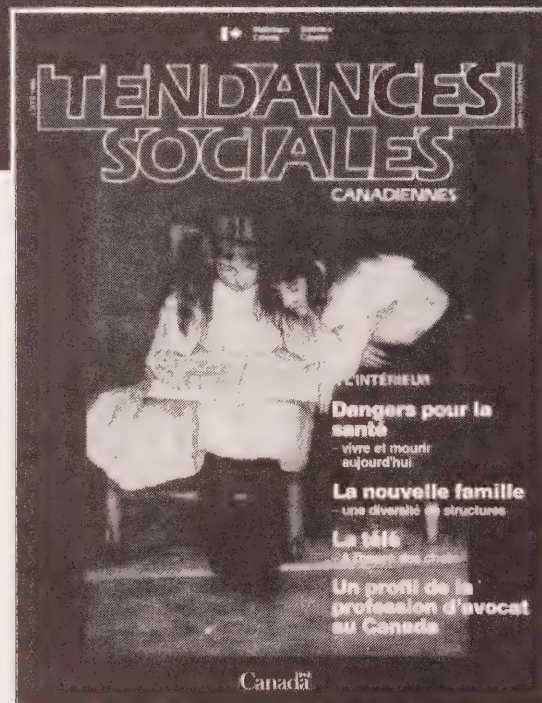
Then subscribe to *Canadian Social Trends*, the authoritative information journal on changing conditions, published four times a year by Statistics Canada.

If you are a trendwatcher in business, government, the media, social planning or education, *Canadian Social Trends* will provide you with the latest trend data and analysis on work, income, population dynamics, crime, education, social security, health and housing.

Canadian Social Trends also contains the latest figures for major social indicators. Moreover, this journal will keep you informed of the latest products and services offered by Statistics Canada.

Canadian Social Trends, Catalogue No. 11-008E (quarterly) is available for \$12.50 per copy/ \$44.00 annually (in Canada); \$15.00 per copy \$50.00 annually (elsewhere) from Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6. Telephone: (613) 993-7276.

VOUS VOULEZ CONNAÎTRE LES FAITS? VOUS NE SAVEZ PAS OÙ CHERCHER?



Vous voulez connaître les faits? Vous ne savez pas où chercher?

Alors... abonnez-vous à *Tendances sociales canadiennes*.

Publiée quatre fois l'an par Statistique Canada, c'est la revue d'information sur l'évolution des conditions sociales qui fait autorité. Observez les tendances caractérisant le monde des affaires, le gouvernement, les médias, la planification sociale ou l'enseignement, *Tendances sociales canadiennes* vous fournira les plus récentes tendances des données et analyses sur le travail, le revenu, la dynamique de la population, la criminalité, l'enseignement, la sécurité sociale, la santé et le logement.

Tendances sociales canadiennes

contient aussi les chiffres les plus récents des principaux indicateurs sociaux... et plus encore. *Tendances sociales canadiennes* vous tiendra au courant des tout nouveaux produits et services offerts par Statistique Canada.

Tendances sociales canadiennes, n° 11-008F au catalogue (trimestriel), se vend \$12.50 l'exemplaire ou \$44.00 pour un abonnement annuel au Canada; \$15.00 l'exemplaire ou \$50.00 pour un abonnement annuel à l'étranger. Il peut être obtenu auprès de: Publications — Vente et service, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

Tél.: (613) 993-7276.

SUBSCRIBE NOW!

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

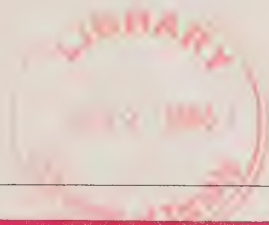


Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

Department store sales and stocks

May 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1986

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

May 1986

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

September 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Septembre 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paieement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v

Explanatory Notes	vi
-------------------	----

Text Tables

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xi
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xii

Highlights	xiii
------------	------

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v

Notes explicatives	vi
--------------------	----

Tableaux explicatifs

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	x
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	x
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xi
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xii

Points saillants	xiii
------------------	------

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Beginning with the April 1986 issue, information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality will be published yearly in the March issue. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

À partir de l'édition d'avril 1986, l'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée une fois l'an dans le numéro de mars. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - May

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Mai

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	85.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	43.8	62.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	89.6

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

CHARTS

GRAPHIQUES

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

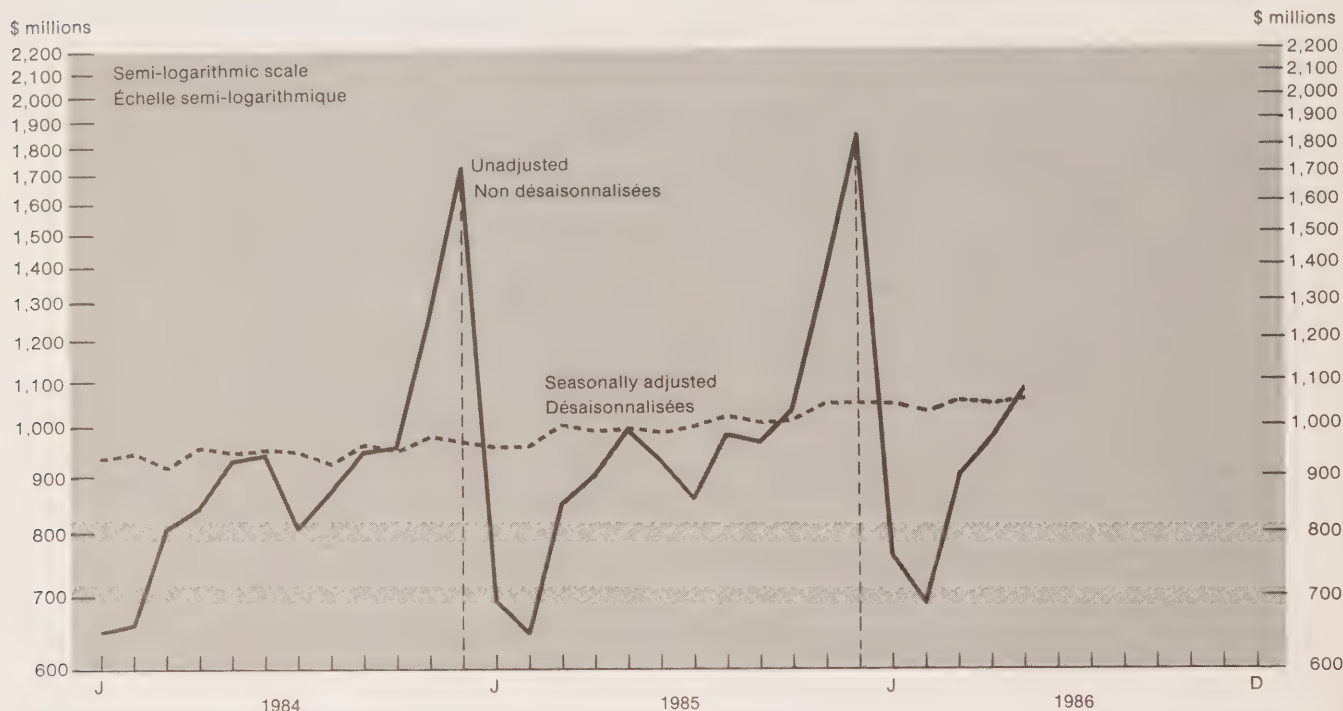


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

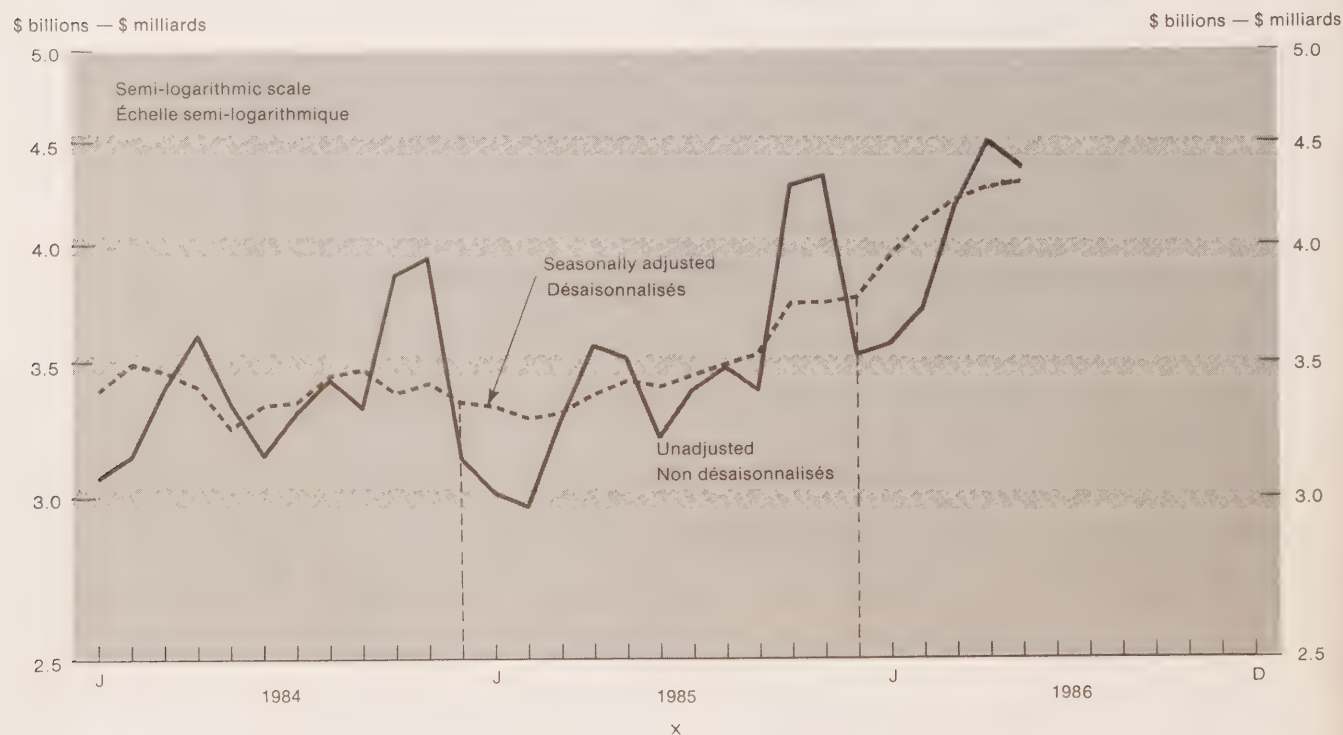


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

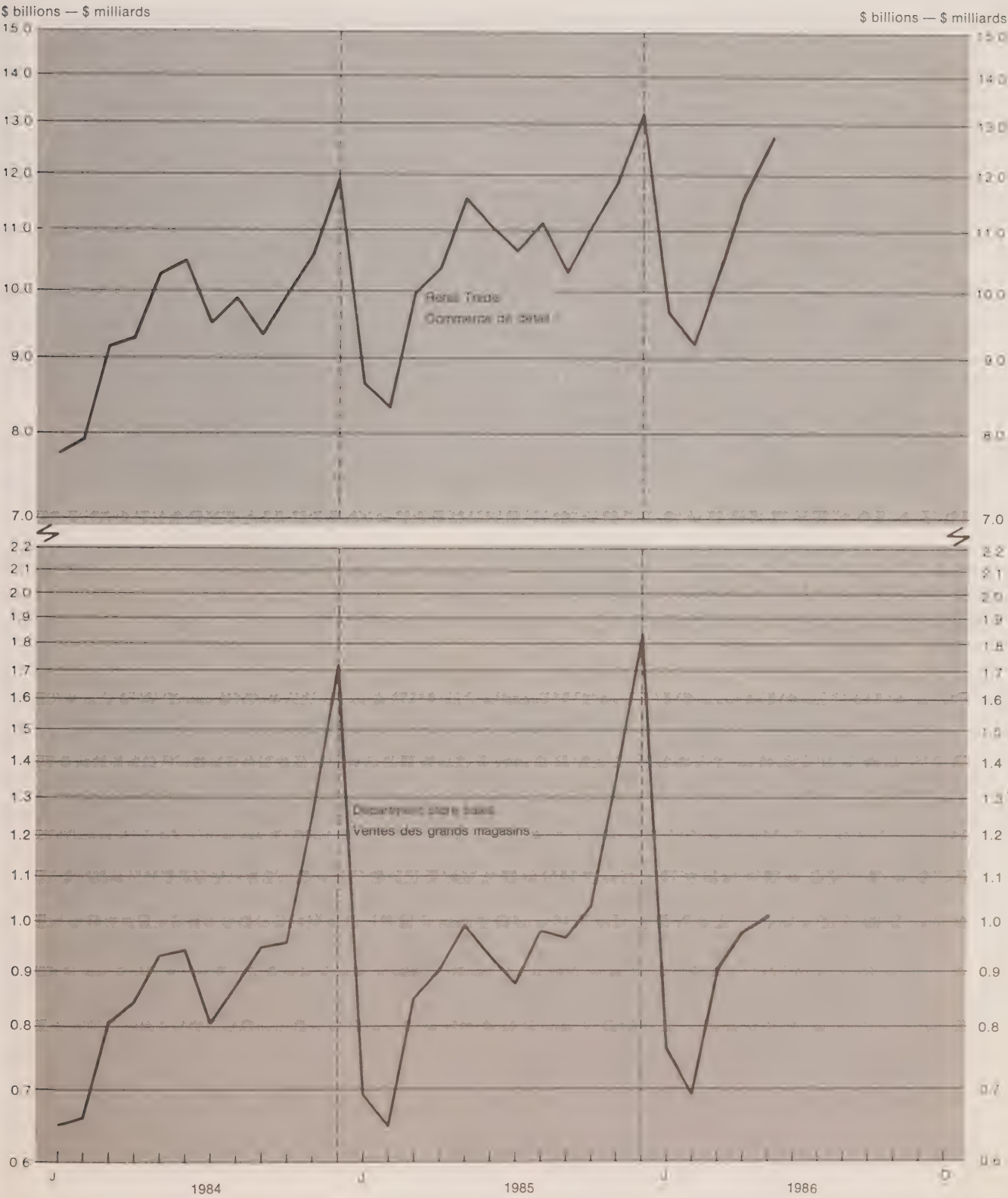


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

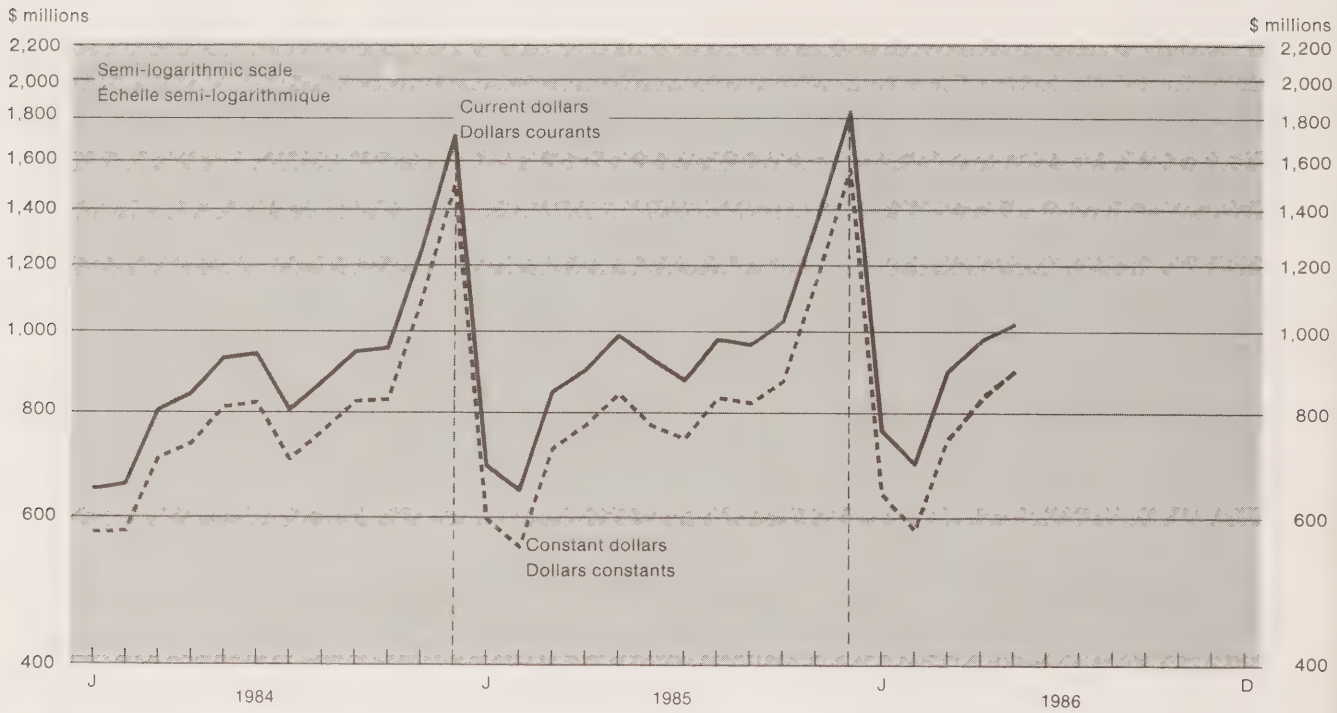
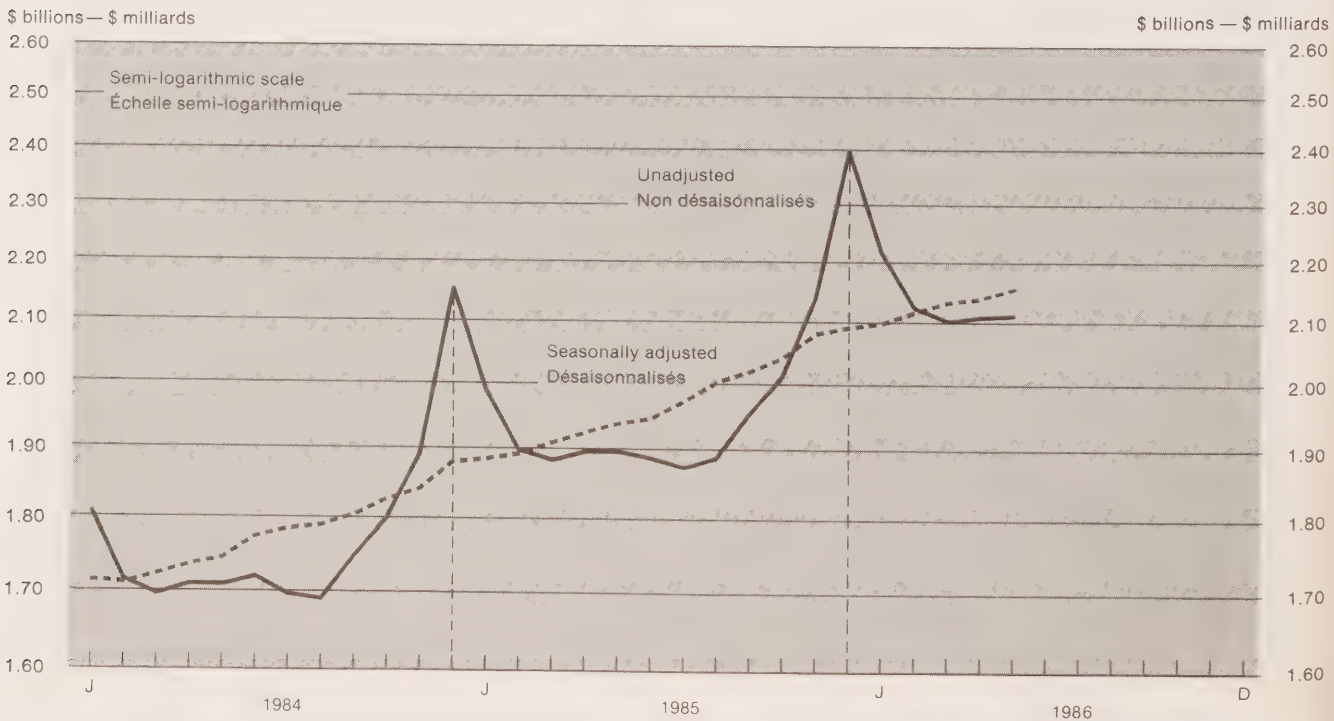


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales totalled \$1,065 million (not adjusted for price change) in May 1986, a moderate increase of 0.4% from the previous month's revised total of \$1,061 million. The May increase follows a marginal 0.2% decline in April and a significant 2.5% increase in March.
- o In terms of recent trends, department store sales over the five month period extending from January to May 1986, rose on average by 0.4% each month, a reduction from the 0.9% average increase recorded in the last five months of 1985.
- o Food and kindred products and stationery, books and magazines, with increases of approximately \$4 million (+7.4%) and \$2 million (+5.3%) respectively, had the most significant impact on the overall increase in department store sales in May 1986.
- o Seasonally adjusted department store stocks (at selling value) totalled \$4,307 million at the end of May, up 0.8% from the April 1986 revised value of \$4,273 million. This was the eleventh consecutive monthly increase in department store stocks.
- o The inventories to sales ratio stood at 4.04:1 in May 1986, up marginally from the average ratio of 3.94:1 observed in the first four months of the year, but significantly higher than the ratios recorded in 1985 which averaged 3.49:1.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$1,084 million in May 1986, up 9.4% over the May 1985 level of \$991 million. This was the eleventh consecutive month during which, on a year-over-year basis, department store sales have increased. Cumulative department store sales for the period January to May 1986

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a enregistré une hausse modeste de 0.4% en mai 1986 par rapport à l'estimation révisée d'avril 1986 (\$1,061 millions), pour totaliser \$1,065 millions (non ajusté pour tenir compte du changement de prix). Cette augmentation fait suite à un déclin marginal de 0.2% observé en avril et à une forte hausse de 2.5% en mars.
- o En termes des tendances observées, on constate qu'au cours de la période de cinq mois s'étendant de janvier à mai 1986, les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse mensuelle moyenne de 0.4%, une réduction par rapport à l'augmentation moyenne de 0.9% qui a prévalu au cours des cinq derniers mois de 1985.
- o Les rayons des produits alimentaires et connexes et de papeterie, livres et revues, lesquels ont enregistré des augmentations respectives d'approximativement \$4 millions (+7.4%) et \$2 millions (+5.3%), ont eu le plus grand impact sur l'augmentation globale observée dans les ventes des grands magasins en mai 1986.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 0.8% par rapport au mois précédent (\$4,273 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de mai à \$4,307 millions. Les stocks des grands magasins ont augmenté pour un onzième mois consécutif.
- o Le rapport du total des stocks possédés désaisonnalisés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 4.04:1 en mai 1986, une hausse minime en comparaison du rapport moyen de 3.94:1 observé au cours des quatre premiers mois de l'année, mais significative en comparaison de la moyenne des rapports enregistrée en 1985 (3.49:1).

Données non-désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins ont totalisé \$1,084 millions en mai 1986, soit 9.4% de plus que le niveau de \$991 millions observé en mai 1985. Les grands magasins ont enregistré une onzième augmentation, d'une année à l'autre, consécutive. Les ventes cumulatives pour les cinq premiers mois de 1986 ont augmenté de 8.2% par rapport à la période correspondante de

totalled \$4,419 million, up 8.2% over the corresponding period in 1985.

o All provinces posted gains in May 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 12.4% in Ontario to 2.8% in Prince Edward Island. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 16.4% in Toronto to 2.7% in Halifax-Dartmouth.

o Sales by major department stores in May 1986 reached \$650 million, up 9.5% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$433 million, up 9.3% over the same period last year.

o In May 1986, there were 789 retail locations operated by department store organizations, one less than the number reported for April 1986 and six less than in May 1985. Of this total number, 308 were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.

o In May 1986, total department store sales constituted 8.5% of all retail sales in Canada, a slight increase from the 8.4% share held in May 1985.

o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,373 million, up 24.3% over the level reached in May 1985.

o The total unadjusted value of account receivable of all department store organizations in May 1986 amounted to \$2,108 million, up 11.1% from the 1,898 million recorded in May 1985.

l'année dernière et se sont chiffrées à \$4,419 millions.

o Les ventes des grands magasins ont progressé dans toutes les provinces en mai 1986 comparativement au même mois l'an dernier, les gains s'échelonnant de 12.4% en Ontario à 2.8% à l'Île-du-Prince-Édouard. Les ventes se sont également accrues dans les dix régions métropolitaines visées par l'enquête, les augmentations variant de 16.4% à Toronto à 2.7% à Halifax-Dartmouth.

o Les ventes des grands magasins traditionnels, en mai 1986, se sont chiffrées à \$650 millions, soit une hausse de 9.5% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$433 millions, ce qui représente un gain de 9.3% en regard du mois de mai de l'année dernière.

o En mai 1986, on a dénombré un total de 789 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit un de moins qu'en avril 1986 et six de moins qu'en mai 1985. De ce total, 308 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 481 par les organisations des grands magasins populaires.

o Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.5% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en mai 1986, soit une légère augmentation par rapport à la part de 8.4% détenue en mai 1985.

o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,373 millions, une hausse de 24.3% par rapport au niveau atteint en mai 1985.

o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,108 millions en mai 1986, soit 11.1% de plus que l'estimation enregistrée en mai 1985 (\$1,898 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1985		1986		Change
Department						Variation
		April	May	April	May	May
		Avril	Mai	Avril	May	1986/1985
						May
No.						1986/1985
		thousands of dollars				per cent
		milliers de dollars				pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	19,099	25,147	20,524	25,809	+2.6
2	Women's and misses' coats and suits	17,401	10,924	19,540	11,535	+5.6
3	Women's and misses' sportswear	57,730	71,734	73,524	84,752	+18.1
4	Furs	1,215	386	1,233	908	+135.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	25,154	23,718	28,204	26,345	+11.1
6	Girls' and teenage girls' wear	17,776	18,241	18,919	18,843	+3.3
7	Lingerie and women's sleepwear	15,976	20,143	17,021	21,046	+4.5
8	Intimate apparel	11,612	12,584	11,546	14,071	+11.8
9	Millinery	1,515	1,348	1,081	1,102	-18.2
10	Women's and girls' hosiery	11,361	11,574	13,059	13,090	+13.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,686	16,863	16,254	18,363	+8.9
12	Women's, misses' and children's footwear	28,484	29,441	34,744	34,165	+16.0
13	Men's clothing	36,637	38,631	40,270	44,211	+14.4
14	Men's furnishings	40,142	48,048	45,801	56,060	+16.7
15	Boys' clothing and furnishings	14,408	13,260	15,887	16,102	+21.4
16	Men's and boys' footwear	17,697	18,483	20,394	20,778	+12.4
17	Food and kindred products	63,068	64,008	57,961	66,244	+3.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs	50,545	54,188	54,772	60,222	+11.1
19	Photographic equipment and supplies	10,190	10,591	9,357	10,645	+0.5
20	Piece goods	3,312	4,032	3,975	3,997	-0.9
21	Linens and domestics	25,073	29,360	29,411	34,414	+17.2
22	Smallwares and notions	8,120	7,483	6,850	6,559	-12.3
23	China and glassware	9,632	13,474	12,073	14,310	+6.2
24	Floor coverings	12,349	13,137	16,293	16,008	+21.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings	14,364	16,327	16,649	17,914	+9.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,040	6,408	7,579	7,655	+19.5
27	Furniture	48,873	49,727	55,960	58,166	+17.0
28	Major appliances	41,924	45,442	45,427	48,790	+7.4
29	Television, radio and music	35,042	29,059	33,426	32,072	+10.4
30	Housewares and small electrical appliances	28,583	32,284	29,024	34,614	+7.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	34,178	47,424	33,901	48,924	+3.2
32	Plumbing, heating and building materials	10,027	11,487	10,522	12,255	+6.7
33	Jewellery	19,275	24,284	22,754	28,886	+19.0
34	Toys and games	21,383	18,223	18,756	18,519	+1.6
35	Sporting goods and luggage	26,837	32,932	28,104	32,848	-0.3
36	Stationery, books and magazines	24,703	26,250	24,076	28,479	+8.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,856	15,342	13,967	15,937	+3.9
38	Meals and lunches	21,182	21,308	20,353	20,314	-4.7
39	Repairs and services	10,885	12,149	13,363	14,010	+15.3
40	All other departments	34,591	45,181	34,301	44,578	-1.3
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	906,925	990,625	976,855	1,083,540	+9.4

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées

1986				Change Variation	Rayon	N°
February ^F	March ^F	April ^F	May ^P	May/April 1986		
Février ^F	Mars ^F	Avril ^F	Mai ^P	Mai/avril 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
17,263	17,969	18,815	18,601	-1.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,548	18,036	18,122	18,089	-0.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
65,766	68,698	73,347	71,441	-2.6	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
3,661	4,147	4,758	5,044	+6.0	Fourrures	4
28,036	28,969	28,001	27,706	-1.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,511	19,811	19,086	18,784	-1.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
20,567	20,303	21,185	20,895	-1.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,032	12,113	11,413	12,681	+11.1	Sous-vêtements	8
1,543	1,721	1,436	1,621	+12.8	Chapeaux	9
11,256	11,660	12,345	12,033	-2.5	Bas pour dames et fillettes	10
17,412	18,229	18,819	18,865	+0.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,815	29,188	30,486	30,794	+1.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
42,252	43,853	44,842	45,916	+2.4	Vêtements pour hommes	13
57,598	57,570	57,790	59,166	+2.4	Articles d'habillement pour hommes	14
16,337	16,692	15,710	16,956	+7.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,215	18,917	18,913	18,979	+0.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
64,428	69,646	58,673	62,990	+7.4	Produits alimentaires et connexes	17
63,133	63,201	63,807	64,503	+1.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,326	12,188	12,197	12,296	+0.8	Appareils et fournitures photographiques	19
3,619	3,580	4,058	3,674	-9.5	Tissus à la pièce	20
33,514	34,462	35,466	35,319	-0.4	Literie et linge de maison	21
7,782	7,877	7,772	7,822	+0.6	Menus articles	22
13,948	12,967	16,254	14,399	-11.4	Porcelaine et verrerie	23
15,307	14,133	16,072	15,847	-1.4	Revêtements de plancher	24
15,759	16,193	16,216	16,019	-1.2	Tentures, rideaux et housses	25
9,391	9,194	9,317	9,398	+0.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
53,641	52,368	54,353	53,156	-2.2	Meubles	27
47,600	49,249	49,930	48,959	-1.9	Gros appareils ménagers	28
45,631	42,300	43,396	43,115	-0.6	Téléviseurs, radios et musique	29
35,668	38,013	37,311	37,424	+0.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,169	33,071	32,827	32,739	-0.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,165	10,331	9,945	10,112	+1.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
27,411	27,799	28,050	28,814	+2.7	Bijouterie	33
29,712	30,312	28,979	29,799	+2.8	Jouets et jeux	34
26,082	26,399	28,238	26,403	-6.5	Articles de sport et valises	35
33,857	33,419	31,806	33,492	+5.3	Papeterie, livres et revues	36
14,197	15,340	14,248	15,230	+6.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,331	21,114	21,468	21,079	-1.8	Repas et casse-croûtes	38
12,782	12,649	14,155	13,792	-2.6	Services et travaux de réparation	39
34,808	36,902	34,094	33,713	-1.1	Tous autres rayons	40
1,037,115	1,062,783	1,060,824	1,065,072	+0.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 April	549,344	x	x	9,717	x	95,938
May	594,109	x	x	10,259	x	109,889
January-May ^F	2,543,370	x	x	43,084	x	439,997
1986 April	591,817	x	x	10,430	x	104,084
May	650,302	x	x	10,868	x	118,937
January-May	2,720,476	x	x	45,095	x	466,954
Percentage change						
May 1986/1985	+9.5	x	x	+5.9	x	+8.2
January-May 1986/1985	+7.0	x	x	+4.7	x	+6.1
Junior department stores						
1985 April	357,581	x	x	19,720	x	80,229
May	396,516	x	x	21,267	x	89,375
January-May ^F	1,542,430	x	x	81,125	x	347,111
1986 April	385,039	x	x	19,498	x	86,469
May	433,239	x	x	22,055	x	98,456
January-May	1,698,529	x	x	85,968	x	381,196
Percentage change						
May 1986/1985	+9.3	x	x	+3.7	x	+10.2
January-May 1986/1985	+10.1	x	x	+6.0	x	+9.8
Total, all department stores						
1985 April	906,925	11,074	5,369	29,437	20,124	176,167
May	990,625	12,108	5,531	31,526	21,776	199,264
January-May ^F	4,085,800	46,961	23,393	124,209	86,197	787,108
1986 April	976,855	11,413	5,285	29,928	20,731	190,553
May	1,083,540	12,613	5,688	32,923	22,693	217,393
January-May	4,419,002	49,744	22,694	131,062	88,667	848,150
Percentage change						
May 1986/1985	+9.4	+4.2	+2.8	+4.4	+4.2	+9.1
January-May 1986/1985	+8.2	+5.9	-3.0	+5.5	+2.9	+7.8

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
191,542	30,889	x	86,695	107,696	1985 Avril
206,083	30,978	x	95,243	113,074	Mai
875,443	137,415	x	415,833	509,176	Janvier-mai ^F
213,249	31,487	x	90,186	115,458	1986 Avril
233,968	33,314	x	99,729	123,550	Mai
970,185	141,488	x	439,406	534,436	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+13.5	+7.5	x	+4.7	+9.3	Mai 1986/1985
+10.8	+3.0	x	+5.7	+5.0	Janvier-mai 1986/1985
Grands magasins populaires					
138,705	18,443	x	31,524	29,940	1985 Avril
152,341	20,055	x	36,422	34,725	Mai
596,638	76,645	x	141,540	133,416	Janvier-mai ^F
149,777	18,935	x	34,390	35,855	1986 Avril
168,761	21,863	x	38,996	38,895	Mai
660,972	81,071	x	156,391	158,327	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+10.8	+6.5	x	+7.1	+12.0	Mai 1986/1985
+10.8	+5.8	x	+10.5	+18.7	Janvier-mai 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
330,247	49,333	29,319	118,219	137,636	1985 Avril
358,424	51,033	31,499	131,665	147,799	Mai
1,472,081	214,061	131,825	557,374	642,592	Janvier-mai ^F
363,026	50,421	29,608	124,577	151,313	1986 Avril
402,729	54,677	33,654	138,726	162,446	Mai
1,631,158	222,560	136,408	595,799	692,763	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+12.4	+7.1	+6.8	+5.4	+9.9	Mai 1986/1985
+10.8	+4.0	+3.5	+6.9	+7.8	Janvier-mai 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 April	34,678	39,005	x	17,471	65,112
May	37,994	43,339	x	18,781	74,094
January-May ^T	165,396	188,931	x	78,893	300,001
1986 April	35,845	41,853	x	18,669	72,114
May	39,202	46,859	x	20,760	80,811
January-May	176,466	202,958	x	83,309	321,648
Percentage change					
May 1986/1985	+3.2	+8.1	x	+10.5	+9.1
January-May 1986/1985	+6.7	+7.4	x	+5.6	+7.2
Junior department stores					
1985 April	10,707	13,598	x	7,235	37,860
May	12,477	15,738	x	7,606	41,819
January-May ^T	48,844	60,522	x	29,744	165,584
1986 April	11,610	14,493	x	7,534	40,045
May	13,319	16,558	x	8,366	45,848
January-May	52,761	65,664	x	33,881	177,018
Percentage change					
May 1986/1985	+6.7	+5.2	x	+10.0	+9.6
January-May 1986/1985	+8.0	+8.5	x	+13.9	+6.9
Total, all department stores					
1985 April	45,385	52,603	16,453	24,707	102,973
May	50,471	59,076	17,885	26,387	115,914
January-May ^T	214,238	249,451	70,882	108,637	465,586
1986 April	47,455	56,345	17,255	26,204	112,159
May	52,521	63,417	18,371	29,126	126,659
January-May	229,227	268,620	74,767	117,192	498,666
Percentage change					
May 1986/1985	+4.1	+7.3	+2.7	+10.4	+9.3
January-May 1986/1985	+7.0	+7.7	+5.5	+7.9	+7.1

TABEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
22,833	x	93,067	68,968	x	1985 Avril
27,075	x	97,410	74,419	x	Mai
109,893	x	425,414	330,939	x	Janvier-mai ^F
24,255	x	105,830	76,150	x	1986 Avril
28,583	x	115,361	83,937	x	Mai
116,032	x	480,987	360,640	x	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+5.6	x	+18.4	+12.8	x	Mai 1986/1985
+5.6	x	+13.1	+9.0	x	Janvier-mai 1986/1985
Grands magasins populaires					
16,585	x	38,114	11,919	x	1985 Avril
18,416	x	41,966	12,913	x	Mai
71,200	x	165,471	52,167	x	Janvier-mai ^F
18,186	x	42,922	13,388	x	1986 Avril
20,143	x	46,888	14,102	x	Mai
77,903	x	185,853	57,793	x	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+9.4	x	+11.7	+9.2	x	Mai 1986/1985
+9.4	x	+12.3	+10.8	x	Janvier-mai 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
39,418	23,844	131,181	80,887	44,652	1985 Avril
45,490	28,547	139,376	87,331	46,154	Mai
181,091	109,253	590,886	383,104	193,610	Janvier-mai ^F
42,441	26,486	148,753	89,537	45,477	1986 Avril
48,726	31,114	162,249	98,039	49,236	Mai
193,934	117,379	666,841	418,432	201,118	Janvier-mai
Variation procentuelle					
+7.1	+9.0	+16.4	+12.3	+6.7	Mai 1986/1985
+7.1	+7.4	+12.9	+9.2	+3.9	Janvier-mai 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
	number - nombre					
Major department stores						
1985 April	322	6	3	7	4	55
May	313	6	3	7	4	54
1986 April	309	5	1	7	4	50
May	308	5	1	7	4	50
Junior department stores						
1985 April	472	8	4	27	23	108
May	482	8	4	27	23	109
1986 April	481	8	4	27	22	107
May	481	8	4	27	22	107
Total, all department stores						
1985 April	794	14	7	34	27	163
May	795	14	7	34	27	163
1986 April	790	13	5	34	26	157
May	789	13	5	34	26	157

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 April	14	18	6	14	30
May	14	18	6	14	30
1986 April	14	19	6	14	29
May	14	19	6	14	29
Junior department stores					
1985 April	12	15	9	10	46
May	12	15	9	11	46
1986 April	12	15	9	11	45
May	12	15	9	11	45
Total, all department stores					
1985 April	26	33	15	24	76
May	26	33	15	25	76
1986 April	26	34	15	25	74
May	26	34	15	25	74

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
109	18	15	46	59	1985 Avril
109	17	15	45	53	Mai
115	17	14	45	51	1986 Avril
115	17	13	45	51	Mai
Grands magasins populaires					
188	20	17	35	42	1985 Avril
188	21	17	36	49	Mai
190	21	17	36	49	1986 Avril
190	21	17	36	49	Mai
Ensemble des grands magasins					
297	38	32	81	101	1985 Avril
297	38	32	81	102	Mai
305	38	31	81	100	1986 Avril
305	38	30	81	100	Mai

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	40	26	13	1985 Avril
12	8	40	27	13	Mai
12	8	45	27	13	1986 Avril
12	8	45	27	13	Mai
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Avril
20	14	48	15	17	Mai
21	14	50	15	17	1986 Avril
21	14	50	15	17	Mai
Ensemble des grands magasins					
32	22	88	41	30	1985 Avril
32	22	88	42	30	Mai
33	22	95	42	30	1986 Avril
33	22	95	42	30	Mai

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
May

TABLEAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Mai

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.9	5.8	5.7	-1.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11.9	11.3	11.1	-1.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.6	7.7	7.5	-2.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.9	7.5	7.1	-5.3
Québec	6.8	6.6	6.6	-
Ontario	8.8	8.1	8.4	+3.7
Manitoba	12.4	10.9	10.9	-
Saskatchewan	7.7	7.4	7.4	-
Alberta	12.3	10.9	10.9	-
British Columbia - Colombie-Britannique	12.7	11.9	12.0	+0.8
CANADA	9.1	8.4	8.5	+1.2
Montréal	8.3	8.3	8.3	-
Toronto	9.5	8.8	9.2	+4.5
Winnipeg	17.1	15.2	15.1	-0.7
Vancouver	14.5	14.1	14.2	+0.7

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-May

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-mai

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	78,984	82,406	+4.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	74,771	76,555	+2.4
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	256,124	307,472	+20.0
4	Furs - Fourrures	11,967	12,462	+4.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	108,596	121,783	+12.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	73,253	78,976	+7.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	75,484	78,272	+3.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	52,496	55,732	+6.2
9	Millinery - Chapeaux	6,669	5,012	-24.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	49,890	54,371	+9.0
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	64,646	68,193	+5.5
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	112,498	129,074	+14.7
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	157,608	170,586	+8.2
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	179,956	207,543	+15.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	55,298	64,476	+16.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	72,059	79,065	+9.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	296,915	308,443	+3.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	243,050	265,056	+9.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	45,847	45,201	-1.4
20	Piece goods - Tissus à la pièce	17,429	17,504	+0.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	128,542	142,988	+11.2
22	Smallwares and notions - Menus articles	40,902	34,864	-14.8
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	49,083	54,234	+10.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	55,181	70,817	+28.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	63,784	71,851	+12.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	30,201	35,209	+16.6
27	Furniture - Meubles	219,480	253,799	+15.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	201,412	217,542	+8.0
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	163,688	172,851	+5.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	138,447	144,995	+4.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	141,595	147,402	+4.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	41,453	44,946	+8.4
33	Jewellery - Bijouterie	84,875	100,312	+18.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	84,087	82,304	-2.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	115,047	112,308	-2.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	119,197	126,568	+6.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	63,691	62,625	-1.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	101,342	96,288	-5.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	54,608	61,243	+12.2
40	All other departments - Tous autres rayons	155,645	157,674	+1.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,085,800	4,419,002	+8.2

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
	1985		1986		Change - Variation	
	April	May	April	May	May/April 1986	May 1986/1985
	Avril	Mai	Avril	Mai	Mai/Avril 1986	Mai 1986/1985
	thousands of dollars				per cent	
No.	milliers de dollars				pourcentage	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	61,626	54,107	77,026	67,665	-12.2	+25.1
2 Women's and misses' coats and suits	62,638	53,789	90,964	75,340	-17.2	+40.1
3 Women's and misses' sportswear	177,275	166,346	302,601	293,456	-3.0	+76.4
4 Furs	27,009	28,928	31,249	31,809	+1.8	+10.0
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	92,475	84,937	133,133	110,700	-16.9	+30.3
6 Girls' and teenage girls' wear	54,433	58,342	85,186	77,212	-9.4	+32.3
7 Lingerie and women's sleepwear	55,508	53,175	71,333	70,312	-1.4	+32.2
8 Intimate apparel	45,563	44,588	56,007	55,189	-1.5	+23.8
9 Millinery	3,661	2,990	3,854	3,223	-16.4	+7.8
10 Women's and girls' hosiery	41,932	37,480	55,921	54,588	-2.4	+45.6
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	58,756	53,111	84,229	77,060	-8.5	+45.1
12 Women's, misses' and children's footwear	122,633	113,930	166,558	150,804	-9.5	+32.4
13 Men's clothing	191,503	190,644	233,971	228,748	-2.2	+20.0
14 Men's furnishings	193,164	194,853	238,931	244,250	+2.2	+25.4
15 Boys' clothing and furnishings	48,627	42,819	69,322	61,039	-11.9	+42.6
16 Men's and boys' footwear	81,631	90,324	106,789	112,828	+5.7	+24.9
17 Food and kindred products(3)	38,293	35,161	50,471	36,858	-27.0	+4.8
18 Toiletries, cosmetics and drugs	239,284	234,780	319,973	307,621	-3.9	+31.0
19 Photographic equipment and supplies	54,573	51,054	52,870	55,423	+4.8	+8.6
20 Piece goods	18,699	20,683	18,856	20,584	+9.2	-0.5
21 Linens and domestics	148,331	148,825	183,296	183,291	-	+23.2
22 Smallwares and notions	46,594	47,806	51,219	50,541	-1.3	+5.7
23 China and glassware	85,074	84,766	121,557	105,400	-13.3	+24.3
24 Floor coverings	50,618	51,347	76,801	75,554	-1.6	+47.1
25 Draperies, curtains and furniture coverings	68,404	68,008	76,280	78,191	+2.5	+15.0
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	59,788	63,533	73,352	77,898	+6.2	+22.6
27 Furniture	157,170	152,328	193,683	188,881	-2.5	+24.0
28 Major appliances	75,702	73,394	79,373	75,697	-4.6	+3.1
29 Television, radio and music	153,528	145,992	178,922	174,348	-2.6	+19.4
30 Housewares and small electrical appliances	175,982	166,909	199,696	195,782	-2.0	+17.3
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	147,905	158,719	171,876	163,332	-5.0	+2.9
32 Plumbing, heating and building materials	25,482	25,361	32,251	27,067	-16.1	+6.7
33 Jewellery	112,841	113,439	186,483	193,999	+4.0	+71.0
34 Toys and games	147,814	153,617	152,020	160,896	+5.8	+4.7
35 Sporting goods and luggage	162,203	159,668	178,849	168,547	-5.8	+5.6
36 Stationery, books and magazines	141,714	144,907	161,011	163,209	+1.4	+12.6
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,541	53,906	56,801	64,848	+14.2	+20.3
38 Meals and lunches(3)	658	597	544	414	-23.9	-30.7
39 Repairs and services	6,322	6,081	2,158	2,332	+8.1	-61.7
40 All other departments	74,341	86,123	80,278	88,186	+9.9	+2.4
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,566,295	3,517,367	4,505,694	4,373,122	-2.9	+24.3

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés					
1986					Change - Variation
February ^r	March ^r	April ^r	May ^p	May/April 1986	Rayon
Février ^r	Mars ^r	Avril ^r	Mai ^p	Mai/Avril 1986	
thousands of dollars					per cent
milliers de dollars					pourcentage
63,344	63,168	64,690	64,628	-0.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles 1
94,421	96,902	102,682	106,956	+4.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2
249,230	264,214	263,872	271,519	+2.9	Vêtements sports pour dames et jeunes filles 3
40,158	39,365	38,262	35,401	-7.5	Fourrures 4
118,134	112,234	117,823	112,549	-4.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
71,691	72,854	77,320	73,308	-5.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
64,888	65,240	65,952	67,789	+2.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
51,525	51,872	53,876	54,801	+1.7	Sous-vêtements 8
3,890	4,011	4,108	4,106	-0.1	Chapeaux 9
46,931	48,634	50,736	53,531	+5.5	Ras pour dames et fillettes 10
76,579	79,208	81,176	83,859	+3.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
134,339	139,015	142,514	142,373	-0.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
210,105	215,979	222,871	226,175	+1.5	Vêtements pour hommes 13
206,043	214,517	214,285	219,209	+2.3	Articles d'habillement pour hommes 14
59,690	61,984	65,719	67,047	+2.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
94,425	95,211	96,018	98,615	+2.7	Chaussures pour hommes et garçons 16
48,517	56,439	50,471	36,858	-27.0	Produits alimentaires et connexes(3) 17
300,141	313,966	316,329	322,105	+1.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments 18
49,939	51,328	50,122	53,991	+7.7	Appareils et fournitures photographiques 19
17,056	17,883	19,171	19,319	+0.8	Tissus à la pièce 20
169,255	173,204	169,639	169,136	-0.3	Literie et linge de maison 21
49,110	49,482	47,692	47,301	-0.8	Menus articles 22
95,345	106,785	117,384	100,912	-14.0	Porcelaine et verrerie 23
69,487	72,698	74,205	73,231	-1.3	Revêtements de plancher 24
74,044	74,451	73,818	76,094	+3.1	Tentures, rideaux et housses 25
71,150	73,708	73,851	75,115	+1.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison 26
180,551	184,544	181,300	183,840	+1.4	Meubles 27
73,503	72,990	75,118	76,079	+1.3	Gros appareils ménagers 28
164,369	161,610	166,021	167,817	+1.1	Téléviseurs, radios et musique 29
184,497	207,579	190,825	195,698	+2.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques 30
172,236	169,229	168,037	160,820	-4.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. 31
31,858	30,268	29,645	29,174	-1.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction 32
169,344	176,945	181,359	188,764	+4.1	Rijouterie 33
150,145	149,596	156,105	175,096	+12.2	Jouets et jeux 34
147,857	155,631	150,772	147,554	-2.1	Articles de sport et valises 35
149,646	157,320	158,640	157,147	-0.9	Papeterie, livres et revues 36
57,786	60,111	55,309	62,693	+13.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
616	780	544	414	-23.9	Repas et casse-croûtes(3) 38
2,216	2,122	2,104	2,341	+11.3	Services et travaux de réparation 39
72,612	73,501	71,154	77,314	+8.7	Tous autres rayons 40
4,110,025	4,216,939	4,272,610	4,307,299	+0.8	TOTAL, TOUS RAYONS 41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		April	May	April	May
		Avril	Mai	Avril	Mai
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.23	2.15	3.75	2.62
2	Women's and misses' coats and suits	3.60	4.92	4.66	6.53
3	Women's and misses' sportswear	3.07	2.32	4.12	3.46
4	Furs	22.23	74.94	25.34	35.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.68	3.58	4.72	4.20
6	Girls' and teenage girls' wear	3.06	3.20	4.50	4.10
7	Lingerie and women's sleepwear	3.47	2.64	4.19	3.34
8	Intimate apparel	3.92	3.54	4.85	3.92
9	Millinery	2.42	2.22	3.56	2.92
10	Women's and girls' hosiery	3.69	3.24	4.28	4.17
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.00	3.15	5.18	4.20
12	Women's, misses' and children's footwear	4.31	3.87	4.79	4.41
13	Men's clothing	5.23	4.94	5.81	5.17
14	Men's furnishings	4.81	4.06	5.22	4.36
15	Boys' clothing and furnishings	3.38	3.23	4.36	3.79
16	Men's and boys' footwear	4.61	4.89	5.24	5.43
17	Food and kindred products	0.61	0.55	0.87	0.56
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.73	4.33	5.84	5.11
19	Photographic equipment and supplies	5.36	4.82	5.65	5.21
20	Piece goods	5.65	5.13	4.74	5.15
21	Linens and domestics	5.92	5.07	6.23	5.33
22	Smallwares and notions	5.74	6.39	7.48	7.71
23	China and glassware	8.83	6.29	10.07	7.37
24	Floor coverings	4.10	3.91	4.71	4.72
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.76	4.17	4.58	4.36
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.49	9.91	9.68	10.18
27	Furniture	3.22	3.06	3.46	3.25
28	Major appliances	1.81	1.62	1.75	1.55
29	Television, radio and music	4.38	5.02	5.35	5.44
30	Housewares and small electrical appliances	6.16	5.17	6.88	5.66
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.33	3.35	5.07	3.34
32	Plumbing, heating and building materials	2.54	2.21	3.07	2.21
33	Jewellery	5.85	4.67	8.20	6.72
34	Toys and games	6.91	8.43	8.11	8.69
35	Sporting goods and luggage	6.04	4.85	6.36	5.13
36	Stationery, books and magazines	5.74	5.52	6.69	5.73
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.81	3.51	4.07	4.07
38	Meals and lunches	0.03	0.03	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.58	0.50	0.16	0.17
40	All other departments	2.15	1.91	2.34	1.98
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.85	3.45	4.54	3.95

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	N°
April	May	April	May		
Avril	Mai	Avril	Mai		
0.32	0.43	0.28	0.36	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.27	0.19	0.21	0.14	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.33	0.42	0.25	0.28	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.06	0.01	0.04	0.03	Fourrures	4
0.30	0.27	0.24	0.22	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.31	0.32	0.23	0.23	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.31	0.37	0.26	0.30	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.26	0.28	0.22	0.25	Sous-vêtements	8
0.49	0.41	0.33	0.31	Chapeaux	9
0.28	0.29	0.25	0.24	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.30	0.20	0.23	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.23	0.25	0.22	0.22	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.20	0.18	0.19	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.25	0.20	0.23	Articles d'habillement pour hommes	14
0.30	0.29	0.24	0.25	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.21	0.20	0.19	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.66	1.74	1.08	1.52	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.23	0.18	0.19	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.20	0.20	0.18	0.20	Appareils et fournitures photographiques	19
0.16	0.20	0.21	0.20	Tissus à la pièce	20
0.18	0.20	0.16	0.19	Literie et linge de maison	21
0.19	0.16	0.14	0.13	Menus articles	22
0.13	0.16	0.11	0.13	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.26	0.22	0.21	Revêtements de plancher	24
0.21	0.24	0.22	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.10	0.10	0.10	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.32	0.32	0.29	0.30	Meubles	27
0.56	0.61	0.59	0.63	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.19	0.20	0.18	Téléviseurs, radios et musique	29
0.17	0.19	0.15	0.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.24	0.31	0.20	0.29	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.45	0.33	0.41	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.18	0.21	0.13	0.15	Bijouterie	33
0.16	0.12	0.14	0.12	Jouets et jeux	34
0.18	0.20	0.17	0.19	Articles de sport et valises	35
0.18	0.18	0.16	0.18	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.28	0.24	0.26	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
32.29	33.96	30.74	42.41	Repas et casse-croûtes	38
1.75	1.96	6.33	6.24	Services et travaux de réparation	39
0.51	0.56	0.45	0.53	Tous autres rayons	40
0.27	0.28	0.22	0.24	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars -	milliers de dollars		per cent -	pourcentage

Unadjusted - Non désaisonnalisés

January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916 ^r	+0.3	+11.1 ^r
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740 ^p	--	+11.1 ^p
June - Juin	1,719,376	1,887,639			
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,520			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

millions of dollars - millions de dollars

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.6	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,132.0	+0.8	+11.7
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,139.0	+0.3	+11.2
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,153.0 ^p	+0.7 ^p	+11.1 ^p
June - Juin	1,773.0	1,946.0			
July - Juillet	1,784.0	1,972.0			
August - Août	1,789.0	2,002.0			
September - Septembre	1,804.0	2,019.0			
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

- (1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.
- (1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade Section.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.
- Operating Results - Retail Trade. O. Bil.

A number of publications are available in the Operating Results series.

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.
- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil.

Un nombre de publications de la série des Résultats de l'exploitation est également disponible.

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

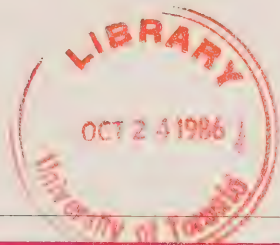
M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

Department store sales and stocks

June 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

June 1986

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

October 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Octobre 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v

Explanatory Notes	vi
-------------------	----

Text Tables

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xi
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xii

Highlights	xiii
------------	------

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v

Notes explicatives	vi
--------------------	----

Tableaux explicatifs

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	x
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	x
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xi
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xii

Points saillants	xiii
------------------	------

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Beginning with the April 1986 issue, information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality will be published yearly in the March issue. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

À partir de l'édition d'avril 1986, l'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée une fois l'an dans le numéro de mars. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - June

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Juin

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	91.7
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	43.8	67.9
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

- (1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
 (1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.
 (2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
 (2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
 (3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
 (3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
 (4) The organizational units are the department store companies.
 (4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

CHARTS

GRAPHIQUES

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

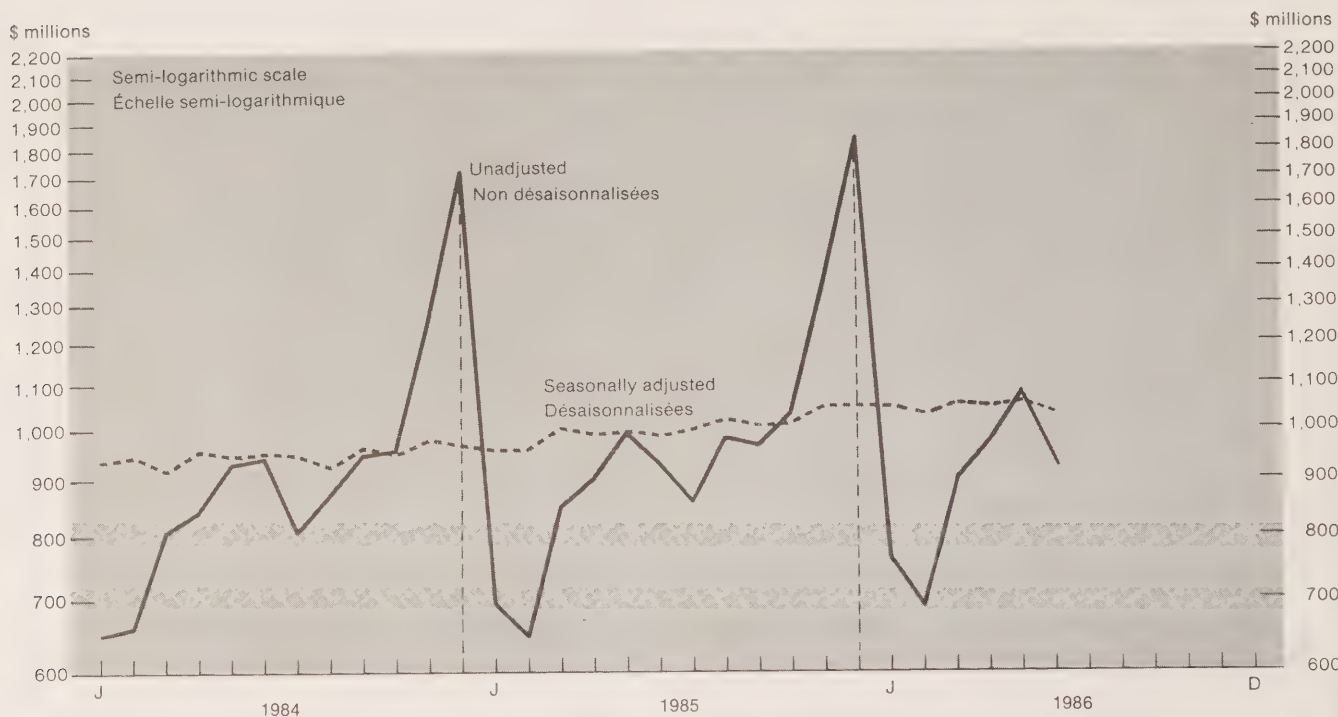


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

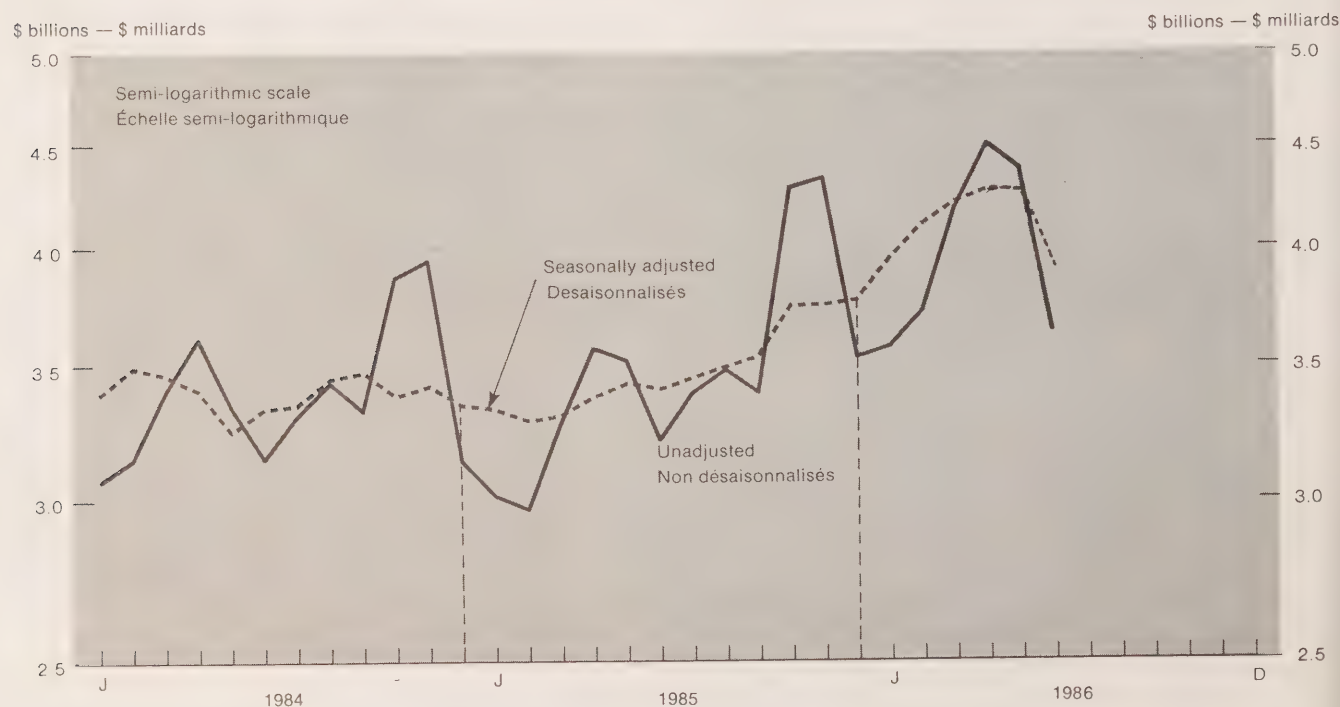


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

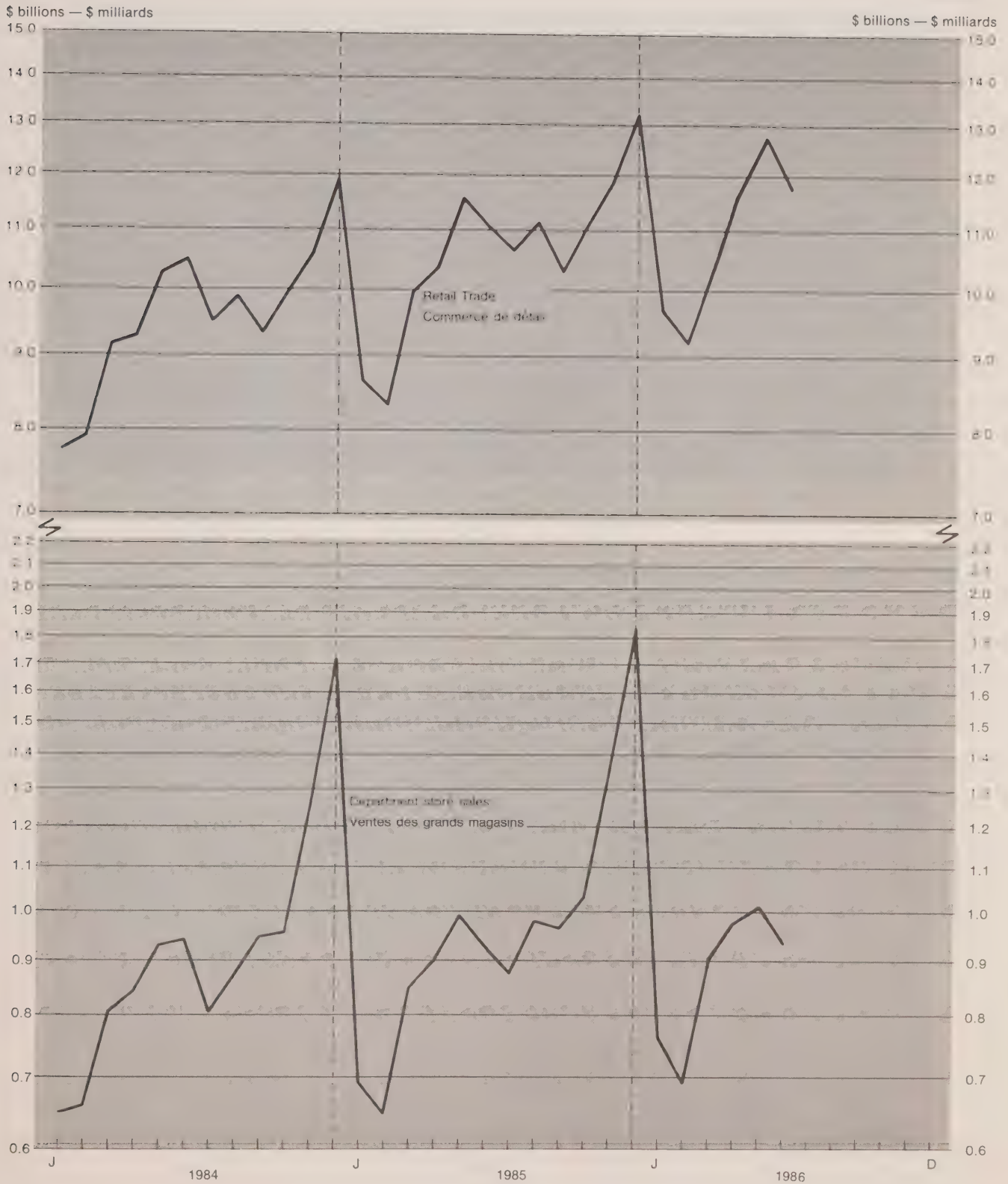


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

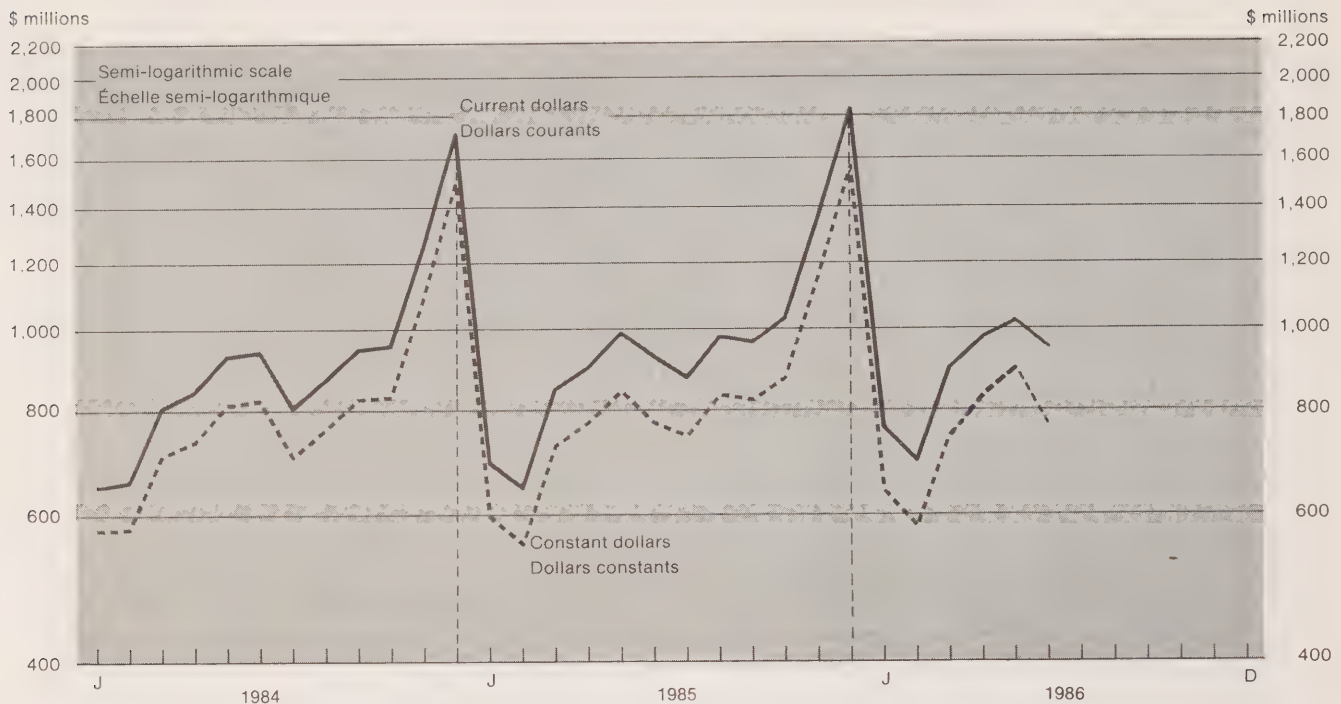
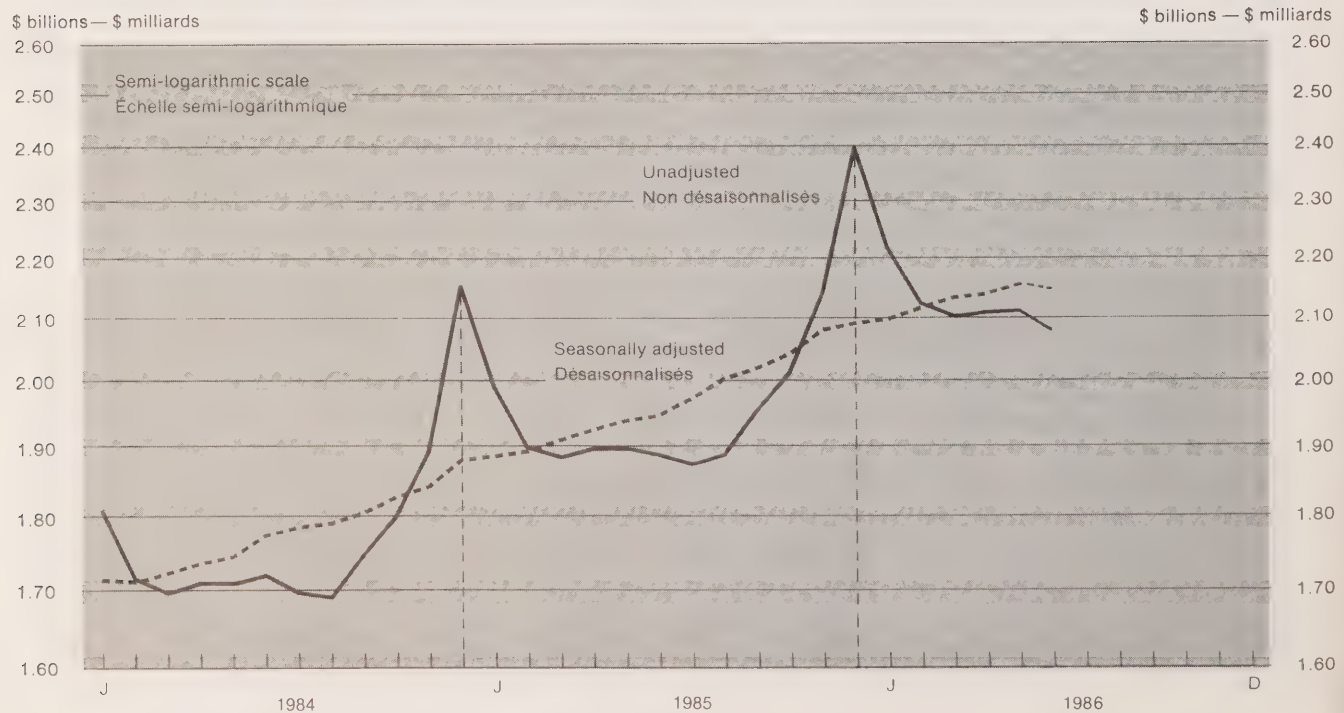


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales totalled \$1,038 million (not adjusted for price change) in June 1986, a significant decrease of 2.2% from the previous month's revised total of \$1,061 million. The June decrease follows a 0.4% increase in May and a 0.3% decrease in April. The decrease in June was broadly based as 32 of the 40 departments reported lower sales.
- o In terms of recent trends, department store sales rose marginally in the first half of 1986, with an average monthly gain of 0.1%, a significant reduction, however, from the 1.2% average monthly increase recorded in the last six months of 1985.
- o Seasonally adjusted department store stocks (at selling value) totalled \$3,901 million at the end of June, down 8.5% from the May 1986 revised value of \$4,264 million. This was the first monthly decline in department store stocks since June 1985.
- o The inventories to sales ratio stood at 3.76:1 in June 1986, down from the average ratio of 3.95:1 observed in the first five months of the year, but still higher than the ratios recorded in 1985 which averaged 3.49:1.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$939 million in June 1986, up 3.5% over the June 1985 level of \$907 million. Cumulative sales for the period January to June 1986 totalled \$5,358 million, up 7.3% over the corresponding period in 1985.

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a enregistré une baisse importante de 2.2% en juin 1986 par rapport à l'estimation révisée de mai 1986 (\$1,061 millions), pour totaliser \$1,038 millions (non ajusté pour tenir compte du changement de prix). Cette diminution fait suite à une augmentation de 0.4% en mai et à une diminution de 0.3% en avril. La baisse de juin était généralisée alors que des 40 rayons, 32 ont rapporté des baisses.
- o En termes des tendances observées, on constate qu'au cours des six premiers mois de 1986, les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse mensuelle moyenne marginale de 0.1%, une réduction significative, cependant, par rapport à l'augmentation mensuelle moyenne de 1.2% qui a prévalu au cours des six derniers mois de 1985.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une baisse de 8.5% par rapport au mois précédent (\$4,264 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juin à \$3,901 millions. Les stocks des grands magasins ont diminué pour la première fois depuis juin 1985.
- o Le rapport du total des stocks possédés désaisonnalisés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 3.76:1 en juin 1986, une baisse en comparaison du rapport moyen de 3.95:1 observé au cours des cinq premiers mois de l'année; ce rapport est encore supérieur, toutefois, à la moyenne des rapports enregistrée en 1985 (3.49:1).

Données non-désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$939 millions en juin 1986, soit 3.5% de plus que le niveau de \$907 millions observé en juin 1985. Les ventes cumulatives, pour la période de janvier à juin 1986, se sont chiffrées à \$5,358 millions, en hausse de 7.3% par rapport à la période correspondante en 1985.

o Six provinces posted gains in June 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 7.4% in British Columbia to 0.7% in Manitoba. Declines were recorded in Newfoundland (-3.5%), Nova Scotia (-2.2%), New Brunswick (-1.2%) and Quebec (-0.7%). Sales rose in 7 of the 10 metropolitan areas surveyed.

o Sales by major department stores in June 1986 reached \$565 million, up 2.7% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$374 million, up 4.8% over the same period last year.

o In June 1986, there were 789 retail locations operated by department store organizations, the same as reported for May 1986 and six less than in June 1985. Of this total number, 308 were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.

o In June 1986, total department store sales constituted 8.0% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 8.2% share held in June 1985.

o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$3,644 million, up 13.3% over the level reached in June 1985.

o The total unadjusted value of account receivable of all department store organizations in June 1986 amounted to \$2,079 million, up 10.1% from the \$1,888 million recorded in June 1985.

o Les ventes des grands magasins ont progressé dans six provinces en juin 1986 comparativement au même mois de l'an dernier, les gains s'échelonnant de 7.4% en Colombie-Britannique à 0.7% au Manitoba. Des diminutions ont été enregistrées à Terre-Neuve (-3.5%), en Nouvelle-Écosse (-2.2%), au Nouveau-Brunswick (-1.2%) et au Québec (-0.7%). Les ventes se sont accrues dans sept des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête.

o Les ventes des grands magasins traditionnels, en juin 1986, se sont chiffrées à \$565 millions, soit une hausse de 2.7% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$374 millions, ce qui représente un gain de 4.8% en regard du mois de juin de l'année dernière.

o En juin 1986, on a dénombré un total de 789 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit le même nombre qu'en mai 1986 et six de moins qu'en juin 1985. De ce total, 308 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 481 par les organisations des grands magasins populaires.

o Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.0% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en juin 1986, soit une légère diminution par rapport à la part de 8.2% détenue en juin 1985.

o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$3,644 millions, soit une hausse de 13.3% par rapport au niveau atteint en juin 1985.

o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,079 millions en juin 1986, soit 10.1% de plus que l'estimation enregistrée en juin 1985 (\$1,888 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisées				
Department		1985		1986		Change
						Variation
		May	June	May	June	June
		Mai	Juin	Mai	Juin	1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent
		milliers de dollars				pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	25,147	18,874	25,809	18,875	-
2	Women's and misses' coats and suits	10,924	7,666	11,535	7,342	-4.3
3	Women's and misses' sportswear	71,734	57,581	84,752	68,177	+18.4
4	Furs	386	555	908	958	+72.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	23,718	21,818	26,345	23,574	+8.0
6	Girls' and teenage girls' wear	18,241	13,527	18,843	13,106	-3.1
7	Lingerie and women's sleepwear	20,143	16,588	21,046	17,168	+3.5
8	Intimate apparel	12,584	11,670	14,071	12,486	+7.0
9	Millinery	1,348	1,089	1,102	969	-11.0
10	Women's and girls' hosiery	11,574	9,267	13,090	9,441	+1.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	16,863	12,873	18,363	13,591	+5.6
12	Women's, misses' and children's footwear	29,441	23,034	34,165	26,538	+15.2
13	Men's clothing	38,631	42,670	44,211	45,356	+6.3
14	Men's furnishings	48,048	55,529	56,060	60,834	+9.6
15	Boys' clothing and furnishings	13,260	11,409	16,102	12,725	+11.5
16	Men's and boys' footwear	18,483	17,776	20,778	18,642	+4.9
17	Food and kindred products	64,008	54,035	66,244	53,296	-1.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs	54,188	50,511	60,222	53,420	+5.8
19	Photographic equipment and supplies	10,591	12,694	10,645	11,632	-8.4
20	Piece goods	4,032	3,121	3,997	2,882	-7.7
21	Linens and domestics	29,360	28,282	34,414	30,437	+7.6
22	Smallwares and notions	7,483	6,826	6,559	6,013	-11.9
23	China and glassware	13,474	10,274	14,310	10,911	+6.2
24	Floor coverings	13,137	12,510	16,008	13,759	+10.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings	16,327	15,156	17,914	15,894	+4.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,408	6,212	7,655	6,088	-2.0
27	Furniture	49,727	49,186	58,166	49,580	+0.8
28	Major appliances	45,442	45,061	48,790	49,104	+9.0
29	Television, radio and music	29,059	31,518	32,072	30,196	-4.2
30	Housewares and small electrical appliances	32,284	31,403	34,614	30,717	-2.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	47,424	39,905	48,924	35,959	-9.9
32	Plumbing, heating and building materials	11,487	9,690	12,255	10,180	+5.1
33	Jewellery	24,284	20,038	28,886	23,050	+15.0
34	Toys and games	18,223	18,960	18,519	17,775	-6.3
35	Sporting goods and luggage	32,932	32,100	32,848	31,894	-0.7
36	Stationery, books and magazines	26,250	24,886	28,479	25,649	+3.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	15,342	14,690	15,937	12,651	-13.9
38	Meals and lunches	21,308	20,314	20,314	18,932	-6.8
39	Repairs and services	12,149	11,635	14,010	13,737	+18.1
40	All other departments	45,181	36,402	44,578	35,515	-2.4
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	990,625	907,335	1,083,540	939,053	+3.5

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées					
1986				Change Variation	Rayon
March ^F	April ^F	May ^F	June ^P	June/May 1986	
Mars ^F	Avril ^F	Mai ^F	Juin ^P	Juin/mai 1986	
thousands of dollars				per cent	
milliers de dollars				pourcentage	
17,832	18,709	18,355	16,945	-7.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles 1
18,006	18,085	18,043	17,768	-1.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2
68,186	74,130	71,349	71,132	-0.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles 3
4,241	4,978	5,311	5,985	+12.7	Fourrures 4
28,845	27,938	27,680	27,855	+0.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
19,702	18,841	18,446	16,169	-12.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
20,080	21,060	20,767	20,288	-2.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
12,102	11,398	12,649	12,095	-4.4	Sous-vêtements 8
1,721	1,432	1,622	1,618	-0.2	Chapeaux 9
11,598	12,308	11,911	11,494	-3.5	Ras pour dames et fillettes 10
18,242	18,771	18,820	18,665	-0.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
29,338	30,364	30,697	29,556	-3.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
43,894	44,915	46,029	45,865	-0.4	Vêtements pour hommes 13
57,363	57,506	59,013	57,556	-2.5	Articles d'habillement pour hommes 14
16,590	15,747	16,839	16,219	-3.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
18,878	18,823	18,901	18,116	-4.2	Chaussures pour hommes et garçons 16
69,634	58,646	62,720	62,101	-1.0	Produits alimentaires et connexes 17
63,128	63,734	64,441	64,630	+0.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments 18
12,158	12,108	12,236	11,771	-3.8	Appareils et fournitures photographiques 19
3,556	3,993	3,610	3,483	-3.5	Tissus à la pièce 20
34,274	35,241	35,067	34,041	-2.9	Literie et linge de maison 21
7,889	7,796	7,860	7,908	+0.6	Menus articles 22
12,964	16,261	14,389	14,653	+1.8	Porcelaine et verrerie 23
14,088	15,965	15,731	15,001	-4.6	Revêtements de plancher 24
16,154	16,161	15,958	15,689	-1.7	Tentures, rideaux et housses 25
9,134	9,180	9,107	8,628	-5.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison 26
51,974	53,433	52,515	50,177	-4.5	Meubles 27
49,122	49,806	48,842	48,452	-0.8	Gros appareils ménagers 28
42,211	43,174	42,803	42,351	-1.1	Téléviseurs, radios et musique 29
37,802	37,084	37,127	36,082	-2.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques 30
32,773	31,846	32,269	31,157	-3.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. 31
10,240	9,843	9,989	9,528	-4.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction 32
27,736	27,984	28,743	28,346	-1.4	Bijouterie 33
30,237	28,830	29,585	28,998	-2.0	Jouets et jeux 34
26,333	28,232	26,281	26,414	+0.5	Articles de sport et valises 35
33,308	31,891	33,338	32,690	-1.9	Papeterie, livres et revues 36
15,274	14,142	15,080	13,030	-13.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
21,062	21,435	21,017	20,767	-1.2	Repas et casse-croûtes 38
12,712	14,084	13,852	14,096	+1.8	Services et travaux de réparation 39
36,782	33,953	33,530	33,551	+0.1	Tous autres rayons 40
1,060,523	1,057,652	1,061,398	1,038,191	-2.2	TOTAL, TOUS RAYONS 41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 May	594,109	x	x	10,259	x	109,889
June	550,221	x	x	10,298	x	95,540
January-June	3,093,591	x	x	53,382	x	535,537
1986 May	650,302	x	x	10,868	x	118,937
June	564,953	x	x	9,800	x	92,999
January-June	3,285,429	x	x	54,895	x	559,953
Percentage change						
June 1986/1985	+2.7	x	x	-4.8	x	-2.7
January-June 1986/1985	+6.2	x	x	+2.8	x	+4.6
Junior department stores						
1985 May	396,516	x	x	21,267	x	89,375
June	357,114	x	x	20,412	x	78,162
January-June	1,899,544	x	x	101,537	x	425,273
1986 May	433,239	x	x	22,055	x	98,456
June	374,101	x	x	20,238	x	79,443
January-June	2,072,630	x	x	106,206	x	460,639
Percentage change						
June 1986/1985	+4.8	x	x	-0.9	x	+1.6
January-June 1986/1985	+6.0	x	x	+4.6	x	+8.3
Total, all department stores						
1985 May	990,625	12,108	5,531	31,526	21,776	199,264
June	907,335	11,491	5,677	30,710	19,977	173,703
January-June	4,993,135	58,452	29,070	154,919	106,174	960,811
1986 May	1,083,540	12,613	5,688	32,923	22,693	217,393
June	939,053	11,094	5,826	30,038	19,740	172,443
January-June	5,358,055	60,838	28,520	161,100	108,407	1,020,593
Percentage change						
June 1986/1985	+3.5	-3.5	+2.6	-2.2	-1.2	-0.7
January-June 1986/1985	+7.3	+4.1	-1.9	+4.0	+2.1	+6.2

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
206,083	30,978	x	95,243	113,074	1985 Mai
194,652	29,066	x	86,065	107,943	Juin
1,070,095	166,481	x	501,898	617,119	Janvier-juin
233,968	33,314	x	99,729	123,550	1986 Mai
202,610	28,646	x	90,614	114,427	Juin
1,172,795	170,134	x	530,020	648,863	Janvier-juin
Variation procentuelle					
+4.1	-1.4	x	+5.3	+6.0	Juin 1986/1985
+9.6	+2.2	x	+5.6	+5.1	Janvier-juin 1986/1985
Grands magasins populaires					
152,341	20,055	x	36,422	34,725	1985 Mai
137,779	17,355	x	32,362	32,099	Juin
734,417	94,000	x	173,902	165,515	Janvier-juin
168,761	21,363	x	38,996	38,895	1986 Mai
146,582	18,113	x	33,925	35,959	Juin
807,554	99,184	x	190,316	194,286	Janvier-juin
Variation procentuelle					
+6.4	+4.4	x	+4.8	+12.0	Juin 1986/1985
+10.0	+5.5	x	+9.4	+17.4	Janvier-juin 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
358,424	51,033	31,499	131,665	147,799	1985 Mai
332,431	46,421	28,456	118,427	140,042	Juin
1,804,512	260,482	160,281	675,801	782,634	Janvier-juin
402,729	54,677	33,654	138,726	162,446	1986 Mai
349,191	46,759	29,037	124,539	150,386	Juin
1,980,349	269,319	165,445	720,338	843,149	Janvier-juin
Variation procentuelle					
+5.0	+0.7	+2.0	+5.2	+7.4	Juin 1986/1985
+9.7	+3.4	3.2	+6.6	+7.7	Janvier-juin 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 May	37,994	43,339	x	18,781	74,094
June	34,846	38,937	x	17,292	64,118
January-June	200,242	227,868	x	96,185	364,189
1986 May	39,202	46,859	x	20,760	80,811
June	35,774	41,494	x	18,312	63,035
January-June	212,240	244,452	x	101,621	384,683
Percentage change					
June 1986/1985	+2.7	+6.6	x	+5.9	-1.8
January-June 1986/1985	+6.0	+7.3	x	+5.7	+5.6
Junior department stores					
1985 May	12,477	15,738	x	7,606	41,819
June	11,315	13,665	x	7,008	37,276
January-June	60,159	74,187	x	36,752	202,860
1986 May	13,319	16,558	x	8,366	45,848
June	11,922	13,893	x	7,264	37,682
January-June	64,683	79,557	x	41,145	214,700
Percentage change					
June 1986/1985	+5.4	+1.7	x	+3.7	+1.1
January-June 1986/1985	+7.5	+7.2	x	+12.0	+5.8
Total, all department stores					
1985 May	50,471	59,076	17,885	26,387	115,914
June	46,161	52,602	17,083	24,301	101,464
January-June	260,399	302,053	87,965	132,938	567,050
1986 May	52,521	63,417	18,371	29,126	126,659
June	47,695	55,387	16,827	25,576	100,718
January-June	276,922	324,007	91,594	142,768	599,384
Percentage change					
June 1986/1985	+3.3	+5.3	-1.5	+5.2	-0.7
January-June 1986/1985	+6.3	+7.3	+4.1	+7.4	+5.7

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
27,075	x	97,410	74,419	x	1985 Mai
24,082	x	94,251	72,571	x	Juin
133,975	x	519,665	403,510	x	Janvier-juin
28,583	x	115,361	83,937	x	1986 Mai
23,480	x	100,039	78,448	x	Juin
139,512	x	581,026	439,088	x	Janvier-juin
Variation procentuelle					
-2.5	x	+6.1	+8.1	x	Juin 1986/1985
+4.1	x	+11.8	+8.8	x	Janvier-juin 1986/1985
Grands magasins populaires					
18,416	x	41,966	12,913	x	1985 Mai
15,789	x	38,835	11,912	x	Juin
86,989	x	204,306	64,079	x	Janvier-juin
20,143	x	46,888	14,102	x	1986 Mai
17,195	x	41,972	13,129	x	Juin
95,098	x	227,825	70,922	x	Janvier-juin
Variation procentuelle					
+8.9	x	+8.1	+10.2	x	Juin 1986/1985
+9.3	x	+11.5	+10.7	x	Janvier-juin 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
45,490	28,547	139,376	87,331	46,154	1985 Mai
39,871	24,820	133,086	84,484	41,743	Juin
220,962	134,073	723,972	467,588	235,353	Janvier-juin
48,726	31,114	162,249	98,039	49,236	1986 Mai
40,674	24,561	142,011	91,578	41,786	Juin
234,608	141,940	808,852	510,010	242,904	Janvier-juin
Variation procentuelle					
+2.0	-1.0	+6.7	+8.4	+0.1	Juin 1986/1985
+6.2	+5.9	+11.7	+9.1	+3.2	Janvier-juin 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
number - nombre						
Major department stores						
1985 May	313	6	3	7	4	54
June	313	6	3	7	4	54
1986 May	308	5	1	7	4	50
June	308	5	1	7	4	50
Junior department stores						
1985 May	482	8	4	27	23	109
June	482	8	4	27	23	109
1986 May	481	8	4	27	22	107
June	481	8	4	27	22	107
Total, all department stores						
1985 May	795	14	7	34	27	163
June	795	14	7	34	27	163
1986 May	789	13	5	34	26	157
June	789	13	5	34	26	157

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 May	14	18	6	14	30
June	14	18	6	14	30
1986 May	14	19	6	14	29
June	14	19	6	14	29
Junior department stores					
1985 May	12	15	9	11	46
June	12	15	9	11	46
1986 May	12	15	9	11	45
June	12	15	9	11	45
Total, all department stores					
1985 May	26	33	15	25	76
June	26	33	15	25	76
1986 May	26	34	15	25	74
June	26	34	15	25	74

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
109	17	15	45	53	1985 Mai
109	17	15	45	53	Juin
115	17	13	45	51	1986 Mai
115	17	13	45	51	Juin
Grands magasins populaires					
188	21	17	36	49	1985 Mai
188	21	17	36	49	Juin
190	21	17	36	49	1986 Mai
190	21	17	36	49	Juin
Ensemble des grands magasins					
297	38	32	81	102	1985 Mai
297	38	32	81	102	Juin
305	38	30	81	100	1986 Mai
305	38	30	81	100	Juin

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	40	27	13	1985 Mai
12	8	40	27	13	Juin
12	8	45	27	13	1986 Mai
12	8	45	27	13	Juin
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Mai
20	14	48	15	17	Juin
21	14	50	15	17	1986 Mai
21	14	50	15	17	Juin
Ensemble des grands magasins					
32	22	88	42	30	1985 Mai
32	22	88	42	30	Juin
33	22	95	42	30	1986 Mai
33	22	95	42	30	Juin

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
June

TABLERAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Juin

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.2	5.9	5.5	-6.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.8	11.2	11.3	+0.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.8	7.7	7.3	-5.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.9	7.5	6.7	-10.7
Québec	6.8	6.4	5.9	-7.8
Ontario	8.8	8.0	7.8	-2.5
Manitoba	12.4	10.5	10.1	-3.8
Saskatchewan	7.4	6.9	6.7	-2.9
Alberta	11.9	10.3	10.4	+1.0
British Columbia - Colombie-Britannique	12.2	11.5	11.7	+1.7
CANADA	9.0	8.2	8.0	-2.4
Montréal	8.4	7.9	7.4	-6.3
Toronto	9.6	8.9	8.7	-2.2
Winnipeg	17.0	14.6	14.1	-3.4
Vancouver	14.0	14.0	13.9	-0.7

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-June

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-juin

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 [†]	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	97,858	101,281	+3.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	82,437	83,897	+1.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	313,705	375,649	+19.7
4	Furs - Fourrures	12,522	13,420	+7.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	130,414	145,357	+11.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	86,780	92,082	+6.1
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	92,072	95,440	+3.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	64,166	68,218	+6.3
9	Millinery - Chapeaux	7,758	5,981	-22.9
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	59,157	63,812	+7.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	77,519	81,784	+5.5
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	135,532	155,612	+14.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	200,278	215,942	+7.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	235,485	268,377	+14.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	66,707	77,201	+15.7
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	89,835	97,707	+8.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	350,950	361,739	+3.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	293,561	318,476	+8.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	58,541	56,833	-2.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	20,550	20,386	-0.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	156,824	173,425	+10.6
22	Smallwares and notions - Menus articles	47,728	40,877	-14.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	59,357	65,145	+9.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	67,691	84,576	+24.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	78,940	87,745	+11.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	36,413	41,297	+13.4
27	Furniture - Meubles	268,666	303,379	+12.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	246,473	266,646	+8.2
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	195,206	203,047	+4.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	169,850	175,712	+3.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	181,500	183,361	+1.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	51,143	55,126	+7.8
33	Jewellery - Bijouterie	104,913	123,362	+17.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	103,047	100,079	-2.9
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	147,147	144,202	-2.0
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	144,083	152,217	+5.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	78,381	75,276	-4.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	121,656	115,220	-5.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	66,243	74,980	+13.2
40	All other departments - Tous autres rayons	192,047	193,189	+0.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,993,135	5,358,055	+7.3

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,975	0.5
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1985		1986		Change - Variation	
		May	June	May	June	May/June 1986	June 1986/1985
		Mai	Juin	Mai	Juin	Mai/Juin 1986	Juin 1986/1985
		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	54,107	42,935	67,665	54,214	-19.9	+26.3
2	Women's and misses' coats and suits	53,789	41,992	75,340	59,326	-21.3	+41.3
3	Women's and misses' sportswear	166,346	142,267	293,456	216,329	-26.3	+52.1
4	Furs	28,928	29,931	31,809	29,476	-7.3	-1.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	84,937	77,517	110,700	97,082	-12.3	+25.2
6	Girls' and teenage girls' wear	58,342	46,088	77,212	62,986	-18.4	+36.7
7	Lingerie and women's sleepwear	53,175	44,432	70,312	58,384	-17.0	+31.4
8	Intimate apparel	44,588	43,749	55,189	50,832	-7.9	+16.2
9	Millinery	2,990	2,470	3,223	2,666	-17.3	+7.9
10	Women's and girls' hosiery	37,480	33,836	54,588	44,812	-17.9	+32.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	53,111	45,271	77,060	58,870	-23.6	+30.0
12	Women's, misses' and children's footwear	113,930	99,148	150,804	119,067	-21.0	+20.1
13	Men's clothing	190,644	163,647	228,748	168,303	-26.4	+2.8
14	Men's furnishings	194,853	151,046	244,250	180,503	-26.1	+19.5
15	Boys' clothing and furnishings	42,819	42,516	61,039	48,409	-20.7	+13.9
16	Men's and boys' footwear	90,324	67,774	112,828	84,938	-24.7	+25.3
17	Food and kindred products(3)	35,161	30,831	36,858	39,006	+5.8	+26.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,780	224,820	307,621	260,073	-15.5	+15.7
19	Photographic equipment and supplies	51,054	49,042	55,423	34,996	-36.9	-28.6
20	Piece goods	20,683	19,788	20,584	21,105	+2.5	+6.7
21	Linens and domestics	148,825	139,079	183,291	152,261	-16.9	+9.5
22	Smallwares and notions	47,806	46,963	50,541	48,826	-3.4	+4.0
23	China and glassware	84,766	75,041	105,400	90,876	-13.8	+21.1
24	Floor coverings	51,347	49,585	75,554	71,185	-5.8	+43.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings	68,008	64,093	78,191	67,102	-14.2	+4.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	63,533	60,679	77,898	50,322	-35.4	-17.1
27	Furniture	152,328	148,934	188,881	170,060	-10.0	+14.2
28	Major appliances	73,394	69,332	75,697	67,692	-10.6	-2.4
29	Television, radio and music	145,992	135,513	174,348	148,014	-15.2	+9.2
30	Housewares and small electrical appliances	166,909	170,398	195,782	182,228	-6.9	+6.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	158,719	172,108	163,332	148,993	-8.8	-13.4
32	Plumbing, heating and building materials	25,361	27,907	27,067	29,295	+8.2	+5.0
33	Jewellery	113,439	107,096	193,999	157,789	-18.7	+47.3
34	Toys and games	153,617	153,417	160,896	162,569	+1.0	+6.0
35	Sporting goods and luggage	159,668	141,910	168,547	141,096	-16.3	-0.6
36	Stationery, books and magazines	144,907	130,186	163,209	152,035	-6.8	+16.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,906	51,150	64,848	51,600	-20.4	+0.9
38	Meals and lunches(3)	597	411	414	416	+0.5	+1.2
39	Repairs and services	6,081	6,268	2,332	2,507	+7.5	-60.0
40	All other departments	86,123	67,033	88,186	58,168	-34.0	-13.2
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,517,367	3,216,203	4,373,122	3,644,411	-16.7	+13.3

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés					Rayon	NO
1986				Change - Variation		
March ^F	April ^F	May ^F	June ^P	May/June 1986		
Mars ^F	Avril ^F	Mai ^F	Juin ^P	Mai/Juin 1986		
Thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
63,211	64,796	64,822	66,054	+1.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
95,879	101,119	103,284	102,005	-1.2	Formes pour dames et jeunes filles	
261,804	259,985	265,889	241,891	-9.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
39,148	37,878	35,024	33,723	-3.7	filles	
111,850	117,142	111,680	105,950	-5.1	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
					Fourrures	4
					Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
					de chambres d'enfants	
72,631	77,376	73,031	72,865	-0.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
65,225	65,943	67,821	68,173	+0.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
51,825	53,788	54,681	54,076	-1.1	Sous-vêtements	8
4,024	4,132	4,129	4,049	-1.9	Chapeaux	9
48,317	50,288	52,722	50,876	-3.5	Bas pour dames et fillettes	10
78,638	80,365	82,732	79,661	-3.7	Gants, moufles et articles de parure pour	11
138,110	141,414	140,749	133,713	-5.0	dames et fillettes	
214,315	221,036	223,474	195,614	-12.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
213,380	212,589	215,811	207,288	-3.9	enfants	
61,155	64,423	66,641	57,149	-14.2	Vêtements pour hommes	13
					Articles d'habillement pour hommes	14
					Vêtements et articles d'habillement pour	15
					garçons	
94,950	95,681	97,292	93,979	-3.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,439	50,471	36,858	39,006	+5.8	Produits alimentaires et connexes(3)	17
312,322	313,838	318,489	292,337	-8.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
					caments	
50,564	48,968	53,658	37,300	-30.5	Appareils et fournitures photographiques	19
18,019	19,379	19,711	20,785	+5.5	Tissus à la pièce	20
172,232	168,151	167,282	153,197	-8.4	Literie et linge de maison	21
49,344	47,524	47,076	46,493	-1.2	Menus articles	22
105,770	115,587	101,447	98,640	-2.8	Porcelaine et verrerie	23
72,404	73,807	72,668	71,560	-1.5	Revêtements de plancher	24
73,989	75,385	75,494	70,860	-6.1	Tentures, rideaux et housses	25
72,982	72,727	74,668	53,401	-28.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
184,522	179,727	180,390	171,783	-4.8	d'ameublement pour la maison	
72,790	74,799	75,548	72,117	-4.5	Meubles	27
160,281	163,806	164,451	153,258	-6.8	Gros appareils ménagers	28
206,848	189,377	193,591	182,170	-5.9	Téléviseurs, radios et musique	29
					Articles de ménage et petits appareils élec-	30
					triques	
167,786	165,586	157,457	139,821	-11.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
30,294	30,250	29,448	31,018	+5.3	etc.	
175,643	179,590	190,141	171,454	-9.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
150,186	157,874	172,661	177,327	+2.7	truction	
155,246	149,854	146,211	139,749	-4.4	Rijouterie	33
					Jouets et jeux	34
					Articles de sport et valises	35
157,135	158,464	156,980	157,648	+0.4	Papeterie, livres et revues	36
59,646	55,529	63,067	55,281	-12.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
780	544	414	416	-0.7	réparation et fournitures	38
2,135	2,139	2,326	2,360	+1.5	Repas et casse-croûtes(3)	39
73,182	70,410	73,402	61,808	-15.8	Services et travaux de réparation	40
					Tous autres rayons	41
4,214,369	4,263,799	4,263,895	3,901,200	-8.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		May	June	May	June
		Mai	Juin	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	2.15	2.27	2.62	2.87
2	Women's and misses' coats and suits	4.92	5.48	6.53	8.08
3	Women's and misses' sportswear	2.32	2.47	3.46	3.17
4	Furs	74.94	53.93	35.03	30.77
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.58	3.55	4.20	4.12
6	Girls' and teenage girls' wear	3.20	3.41	4.10	4.81
7	Lingerie and women's sleepwear	2.64	2.68	3.34	3.40
8	Intimate apparel	3.54	3.75	3.92	4.07
9	Millinery	2.22	2.27	2.92	2.75
10	Women's and girls' hosiery	3.24	3.65	4.17	4.75
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.15	3.52	4.20	4.33
12	Women's, misses' and children's footwear	3.87	4.30	4.41	4.49
13	Men's clothing	4.94	3.84	5.17	3.71
14	Men's furnishings	4.06	2.72	4.36	2.97
15	Boys' clothing and furnishings	3.23	3.73	3.79	3.80
16	Men's and boys' footwear	4.89	3.81	5.43	4.56
17	Food and kindred products	0.55	0.57	0.56	0.73
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.33	4.45	5.11	4.87
19	Photographic equipment and supplies	4.82	3.86	5.21	3.01
20	Piece goods	5.13	6.34	5.15	7.32
21	Linens and domestics	5.07	4.92	5.33	5.00
22	Smallwares and notions	6.39	6.88	7.71	8.12
23	China and glassware	6.29	7.30	7.37	8.33
24	Floor coverings	3.91	3.96	4.72	5.17
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.17	4.23	4.36	4.22
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9.91	9.77	10.18	8.27
27	Furniture	3.06	3.03	3.25	3.43
28	Major appliances	1.62	1.54	1.55	1.38
29	Television, radio and music	5.02	4.30	5.44	4.90
30	Housewares and small electrical appliances	5.17	5.43	5.66	5.93
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3.35	4.31	3.34	4.14
32	Plumbing, heating and building materials	2.21	2.88	2.21	2.88
33	Jewellery	4.67	5.34	6.72	6.85
34	Toys and games	8.43	8.09	8.69	9.15
35	Sporting goods and luggage	4.85	4.42	5.13	4.42
36	Stationery, books and magazines	5.52	5.23	5.73	5.92
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.51	3.48	4.07	4.08
38	Meals and lunches	0.03	0.02	0.02	0.02
39	Repairs and services	0.50	0.54	0.17	0.18
40	All other departments	1.91	1.84	1.98	1.64
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.45	3.44	3.95	3.79

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	N°
May	June	May	June		
Mai	Juin	Mai	Juin		
0.43	0.39	0.36	0.31	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.19	0.16	0.14	0.11	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.42	0.37	0.28	0.27	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.01	0.02	0.03	0.03	Fourrures	4
0.27	0.27	0.22	0.23	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.32	0.26	0.23	0.19	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.37	0.34	0.30	0.27	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.28	0.26	0.25	0.24	Sous-vêtements	8
0.41	0.40	0.31	0.33	Chapeaux	9
0.29	0.26	0.24	0.19	Bas pour dames et fillettes	10
0.30	0.26	0.23	0.20	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.22	0.22	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.24	0.19	0.23	Vêtements pour hommes	13
0.25	0.32	0.23	0.29	Articles d'habillement pour hommes	14
0.29	0.27	0.25	0.23	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.21	0.22	0.19	0.19	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.74	1.64	1.52	1.41	Produits alimentaires et connexes	17
0.23	0.22	0.19	0.19	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.20	0.25	0.20	0.26	Appareils et fournitures photographiques	19
0.20	0.15	0.20	0.14	Tissus à la pièce	20
0.20	0.20	0.19	0.18	Literie et linge de maison	21
0.16	0.14	0.13	0.12	Menus articles	22
0.16	0.13	0.13	0.11	Porcelaine et verrerie	23
0.26	0.25	0.21	0.19	Revêtements de plancher	24
0.24	0.23	0.23	0.22	Tentures, rideaux et housses	25
0.10	0.10	0.10	0.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.32	0.33	0.30	0.28	Meubles	27
0.61	0.63	0.63	0.68	Gros appareils ménagers	28
0.19	0.22	0.18	0.19	Téléviseurs, radios et musique	29
0.19	0.19	0.18	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.31	0.24	0.29	0.23	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.45	0.36	0.41	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.21	0.18	0.15	0.13	Bijouterie	33
0.12	0.12	0.12	0.11	Jouets et jeux	34
0.20	0.21	0.19	0.21	Articles de sport et valises	35
0.18	0.18	0.18	0.16	Papeterie, livres et revues	36
0.28	0.28	0.26	0.22	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
33.96	40.31	42.41	45.62	Repas et casse-croûtes	38
1.96	1.88	6.24	5.68	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.48	0.53	0.49	Tous autres rayons	40
0.28	0.27	0.24	0.23	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	

Unadjusted - Non désaisonnalisés

January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327			
August - Août	1,689,630	1,888,520			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

millions of dollars - millions de dollars

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,131.0 ^r	+0.8	+11.6 ^r
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,137.0 ^r	+0.3	+11.1 ^r
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,151.0 ^r	+0.6 ^r	+11.0 ^r
June - Juin	1,773.0	1,946.0	2,149.0 ^p	-0.1 ^p	+10.4 ^p
July - Juillet	1,784.0	1,972.0			
August - Août	1,789.0	2,002.0			
September - Septembre	1,804.0	2,019.0			
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade Section.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.
- Operating Results - Retail Trade. O. Bil.

A number of publications are available in the Operating Results series.

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.
- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil.

Un nombre de publications de la série des Résultats de l'exploitation est également disponible.

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

Department store sales and stocks

July 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinarolique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

July 1986

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

November 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Novembre 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- . **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- . **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- . **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- . **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- . **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- . **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v

Explanatory Notes	vi
--------------------------	----

Text Tables

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xi
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xii

Highlights	xiii
-------------------	------

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v

Notes explicatives	vi
---------------------------	----

Tableaux explicatifs

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	x
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	x
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xi
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xii

Points saillants	xiii
-------------------------	------

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Beginning with the April 1986 issue, information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality will be published yearly in the March issue. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

À partir de l'édition d'avril 1986, l'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée une fois l'an dans le numéro de mars. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les **ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the reliability of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - July

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Juillet

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	43.8	62.4
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

CHARTS

GRAPHIQUES

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

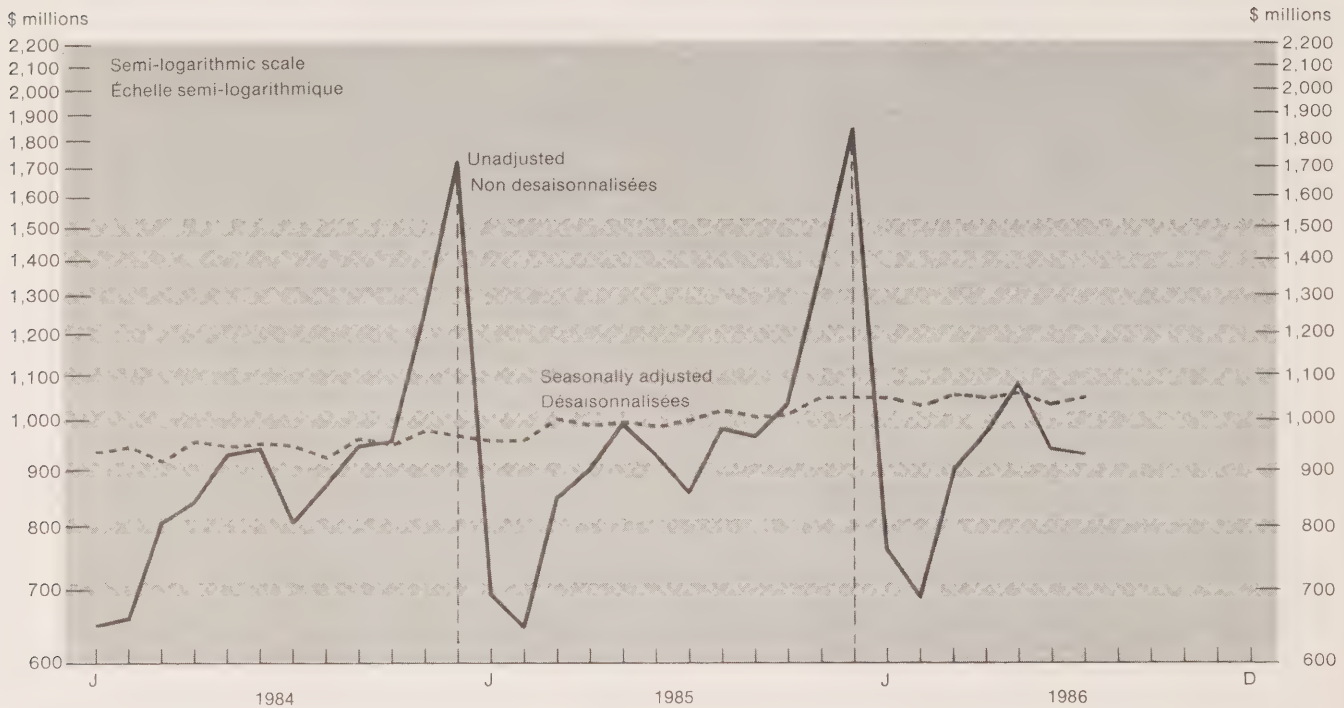


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

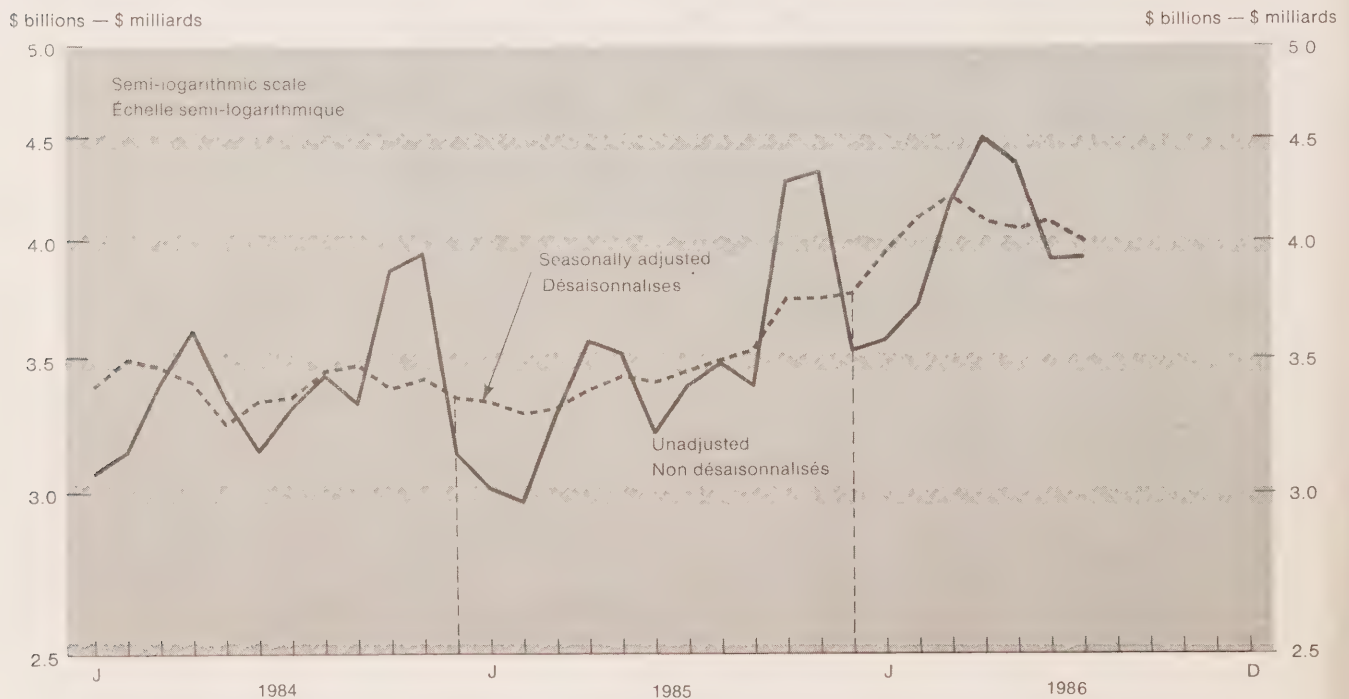


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

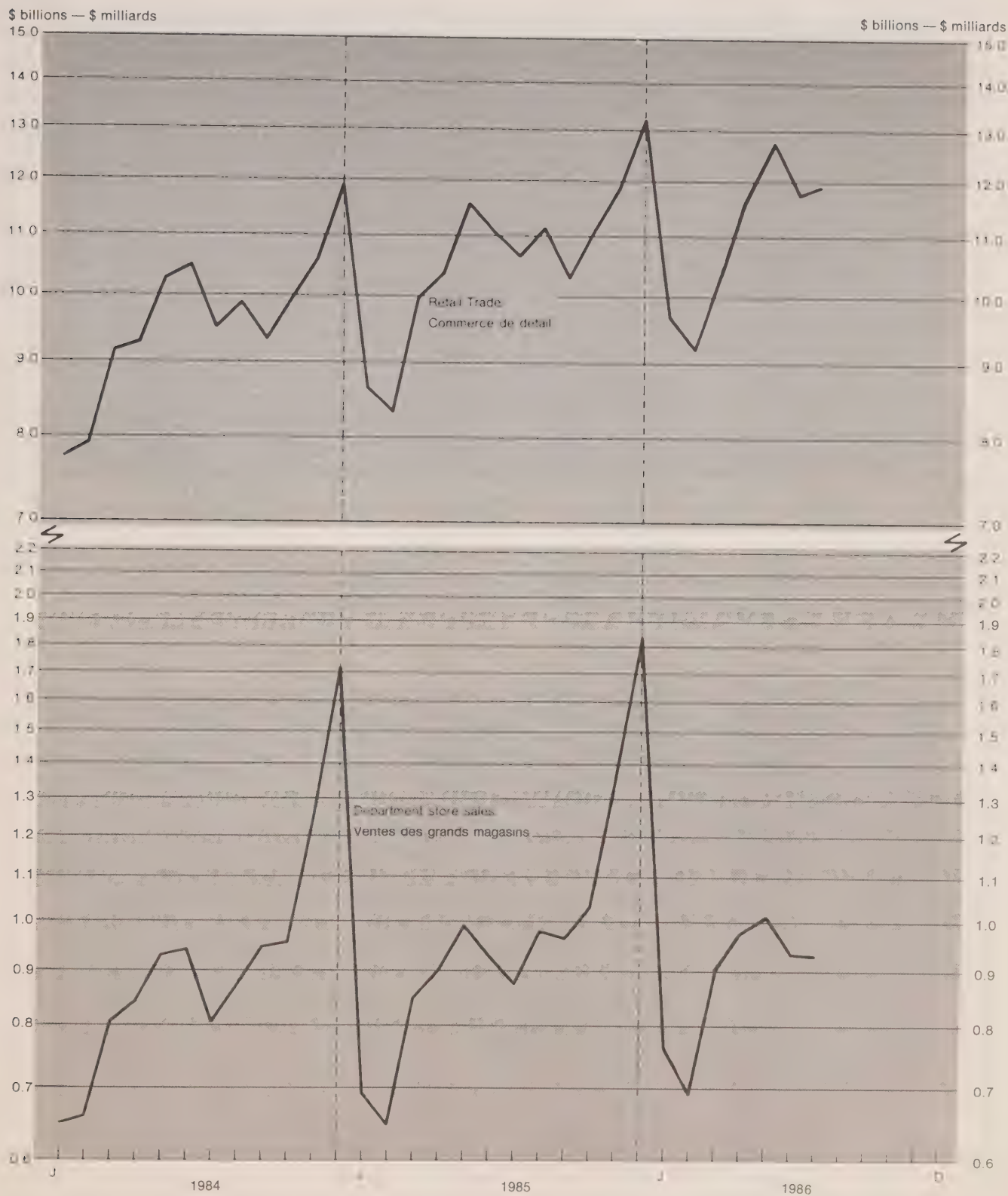


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

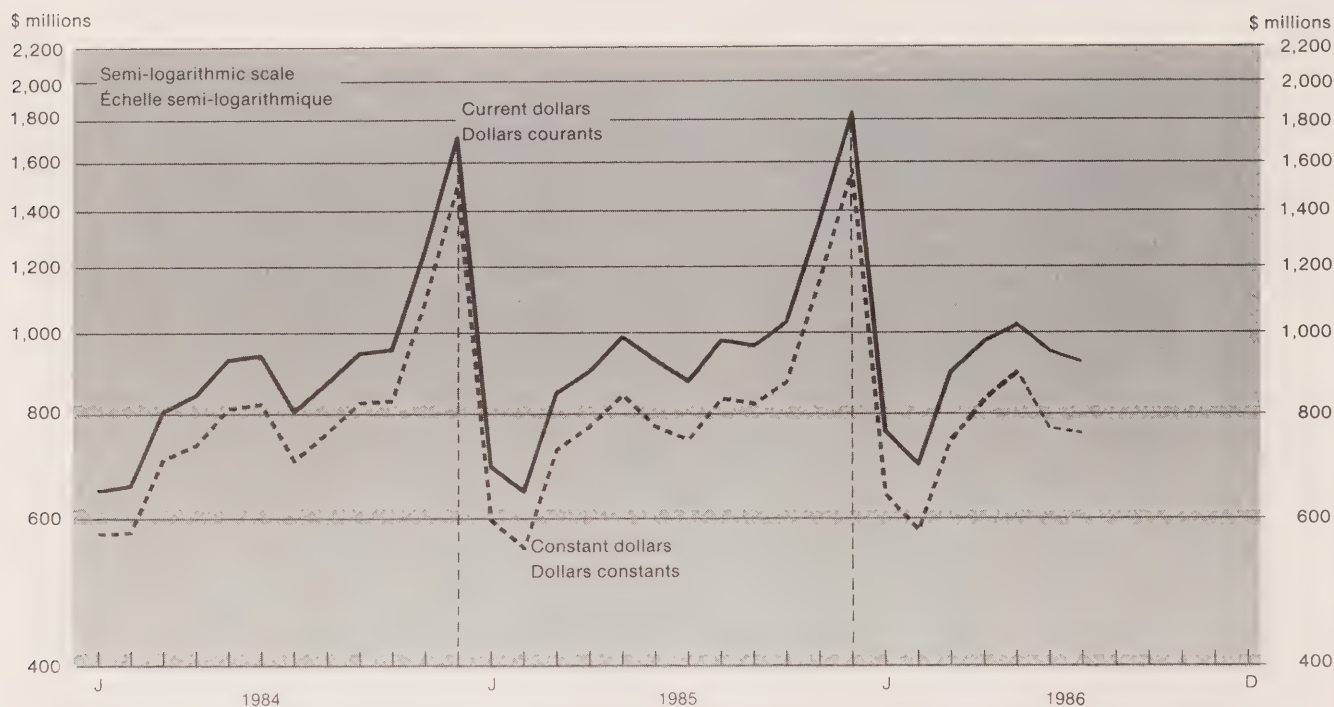
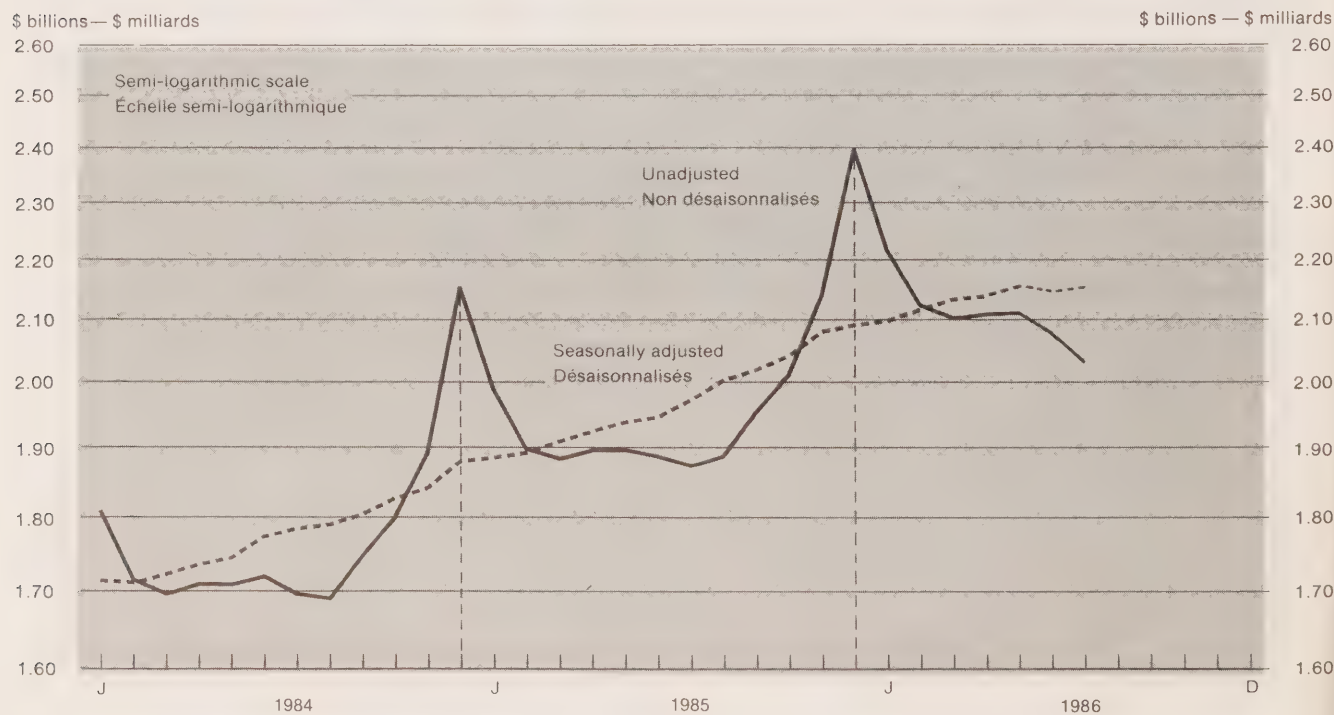


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales totalled \$1,052 million (not adjusted for price change) in July 1986, an increase of 0.8% from the previous month's revised total of \$1,043 million. The July increase follows a 1.6% decline in June 1986. The increase in July was broadly based as 29 of the 40 departments reported higher sales.
- o In terms of recent trends, department store sales rose marginally in the first seven months of 1986, with an average monthly gain of 0.1%. This marks a significant reduction, however, from the 1.2% average monthly increase recorded in the last half of 1985.
- o Seasonally adjusted department store stocks (at selling value) totalled \$4,056 million at the end of July, down 3.0% from the June 1986 revised value of \$4,183 million. This latest decrease followed a 0.5% rise in June and a 1.9% decrease in May 1986.
- o The inventories to sales ratio stood at 3.86:1 in July 1986, down moderately from the average ratio of 3.94:1 observed in the first six months of the year, but significantly higher than the ratios recorded in 1985 which averaged 3.49:1.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$928 million in July 1986, up 5.9% over the July 1985 level of \$876 million. Cumulative sales for the period January to July 1986 totalled \$6,286 million, up 7.1% over the corresponding period in 1985.
- o Seven provinces posted gains in July 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 9.9% in British Columbia to a fractional increase of 0.1% in Nova Scotia. Declines were recorded in Prince Edward Island (-6.0%), Saskatchewan

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a enregistré une augmentation de 0.8% en juillet 1986, par rapport à l'estimation révisée de juin 1986 (\$1,043 millions), pour totaliser \$1,052 millions (non ajusté pour tenir compte du changement de prix). L'augmentation de juillet fait suite à un déclin de 1.6% en juin 1986. La hausse de juillet était généralisée alors que des 40 rayons, 29 ont rapporté des hausses.
- o En termes des tendances observées, on constate qu'au cours des sept premiers mois de 1986, les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse mensuelle moyenne marginale de 0.1% - une réduction significative, cependant, par rapport à l'augmentation mensuelle moyenne de 1.2% qui a prévalu au cours des six derniers mois de 1985.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une baisse de 3.0% par rapport au mois précédent (\$4,183 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juillet à \$4,056 millions. Cette dernière diminution fait suite à une hausse de 0.5% en juin et à une baisse de 1.9% en mai 1986.
- o Le rapport du total des stocks possédés désaisonnalisés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 3.86:1 en juillet 1986, une baisse modeste en comparaison du rapport moyen de 3.94:1 observé au cours des six premiers mois de l'année, mais significative par rapport à la moyenne des rapports enregistrée en 1985 (3.49:1).

Données non-désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$928 millions en juillet 1986, soit 5.9% de plus que le niveau de \$876 millions observé en juillet 1985. Les ventes cumulatives, pour la période de janvier à juillet 1986, se sont chiffrées à \$6,286 millions, en hausse de 7.1% par rapport à la période correspondante en 1985.
- o Les ventes des grands magasins ont progressé dans sept provinces en juillet 1986 comparativement au même mois de l'an dernier, les gains s'échelonnant de 9.9% en Colombie-Britannique à une augmentation fractionnaire de 0.1% en Nouvelle-Écosse. Des diminutions ont

(-0.8%) and Manitoba (-0.6%). Of the 10 metropolitan areas surveyed, only Winnipeg (-1.9%) reported lower sales. The nine remaining areas had higher sales with increases ranging from 14.4% for Toronto to 1.2% for Halifax-Dartmouth.

- o Sales by major department stores in July 1986 reached \$564 million, up 5.9% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$364 million, up 6.0% over the same period last year.
- o In July 1986, there were 788 retail locations operated by department store organizations, one less than reported for June 1986 and four less than in July 1985. Of this total number, 307 were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.
- o In July 1986, total department store sales constituted 7.8% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 8.1% share held in July 1985.
- o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$3,937 million, up 16.0% over the level reached in July 1985.
- o The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in July 1986 amounted to \$2,036 million, up 8.6% from the \$1,874 million recorded in July 1985.

été enregistrées à l'Île-du-Prince-Édouard (-6.0%), en Saskatchewan (-0.8%) et au Manitoba (-0.6%). Des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête, les ventes ont diminué seulement à Winnipeg (-1.9%). Les neuf autres régions ont rapporté des hausses variant de 14.4% à Toronto à 1.2% à Halifax-Dartmouth.

- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en juillet 1986, se sont chiffrées à \$564 millions, soit une hausse de 5.9% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$364 millions, ce qui représente un gain de 6.0% en regard du mois de juillet de l'année dernière.
- o En juillet 1986, on a dénombré un total de 788 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit un de moins qu'en juin 1986 et quatre de moins qu'en juillet 1985. De ce total, 307 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 481 par les organisations des grands magasins populaires.
- o Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elle seules, 7.8% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en juillet 1986, soit une légère diminution par rapport à la part de 8.1% détenue en juillet 1985.
- o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$3,937 millions, soit une hausse de 16.0% par rapport au niveau atteint en juin 1985.
- o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,036 millions en juillet 1986, soit 8.6% de plus que l'estimation enregistrée en juillet 1985 (\$1,874 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

Unadjusted - Non désaisonnalisées					
Department	1985		1986		Change
					Variation
	June	July	June ^e	July	July 1986/1985
	Juin	Juillet	Juin ^e	Juillet	Juillet 1986/1985
No.	thousands of dollars				per cent
	milliers de dollars				pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	18,874	17,248	19,005	16,086	-6.7
2 Women's and misses' coats and suits	7,666	7,073	7,462	7,432	+5.1
3 Women's and misses' sportswear	57,581	52,421	65,591	60,770	+15.9
4 Furs	555	1,197	864	1,829	+52.8
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	21,818	21,846	24,016	23,692	+8.5
6 Girls' and teenage girls' wear	13,527	13,676	13,363	14,761	+7.9
7 Lingerie and women's sleepwear	16,588	18,156	17,219	18,349	+1.1
8 Intimate apparel	11,670	11,454	12,381	13,086	+14.2
9 Millinery	1,089	1,193	960	988	-17.2
10 Women's and girls' hosiery	9,267	7,170	9,368	8,299	+15.7
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	12,873	10,788	13,114	11,751	+8.9
12 Women's, misses' and children's footwear	23,034	21,099	26,300	23,035	+9.2
13 Men's clothing	42,670	29,627	44,927	31,795	+7.3
14 Men's furnishings	55,529	41,988	58,519	45,733	+8.9
15 Boys' clothing and furnishings	11,409	10,903	12,878	12,149	+11.4
16 Men's and boys' footwear	17,776	15,187	18,641	15,092	-0.6
17 Food and kindred products	54,035	50,102	55,643	52,557	+4.9
18 Toiletries, cosmetics and drugs	50,511	49,399	53,359	53,788	+8.9
19 Photographic equipment and supplies	12,694	12,362	11,719	11,958	-3.3
20 Piece goods	3,121	3,124	3,032	2,933	-6.1
21 Linens and domestics	28,282	31,758	29,796	34,592	+8.9
22 Smallwares and notions	6,826	7,350	6,113	7,107	-3.3
23 China and glassware	10,274	10,455	10,413	11,781	+12.7
24 Floor coverings	12,510	14,385	13,788	15,401	+7.1
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	15,156	16,232	16,205	17,053	+5.1
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,212	7,392	6,082	8,181	+10.7
27 Furniture	49,186	54,593	49,767	62,692	+14.9
28 Major appliances	45,061	52,979	49,333	54,838	+3.5
29 Television, radio and music	31,518	33,653	50,004	35,504	+5.5
30 Housewares and small electrical appliances	31,403	32,496	31,059	32,772	+0.8
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	39,905	35,819	37,162	34,170	-4.4
32 Plumbing, heating and building materials	9,690	11,537	10,753	12,603	+9.2
33 Jewellery	20,038	18,371	22,659	22,088	+20.2
34 Toys and games	18,960	20,216	18,148	19,631	-2.9
35 Sporting goods and luggage	32,100	29,996	32,216	29,785	-0.7
36 Stationery, books and magazines	24,886	22,763	26,140	24,652	+8.3
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,690	14,155	13,368	13,115	-7.3
38 Meals and lunches	20,314	20,359	18,397	19,540	-4.0
39 Repairs and services	11,635	11,141	13,440	13,112	+17.7
40 All other departments	36,402	33,991	35,849	32,939	-3.1
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	907,335	875,654	939,053	927,639	+5.9

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées							
1986				Change			
				Variation	Rayon		
April ^T	May ^T	June ^T	July ^P	July/ June 1986			
Avril ^T	Mai ^T	Juin ^T	Juillet ^P	Juillet/ juin 1986			
Thousands of dollars				per cent		ND	
milliers de dollars				pourcentage			
18,627	18,251	17,304	17,457	+0.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
18,061	18,005	17,861	17,531	-1.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
74,140	71,109	69,158	69,930	+1.1	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
4,965	5,384	5,587	5,466	-2.2	Fourrures	4	
27,939	27,605	28,016	27,560	-1.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
18,882	18,438	16,870	19,166	+13.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
21,079	20,780	20,479	21,423	+4.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
11,406	12,696	12,228	12,951	+5.9	Sous-vêtements	8	
1,430	1,628	1,605	1,573	-2.0	Chapeaux	9	
12,346	12,021	11,296	12,251	+8.5	Bas pour dames et fillettes	10	
18,724	18,901	18,410	18,943	+2.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
30,366	30,796	29,467	29,884	+1.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
44,892	46,048	45,628	46,000	+0.8	Vêtements pour hommes	13	
57,257	59,192	56,483	57,642	+2.1	Articles d'habillement pour hommes	14	
15,729	16,754	16,231	16,253	+0.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
18,818	18,907	18,142	18,681	+3.0	Chaussures pour hommes et garçons	16	
58,569	62,212	63,514	62,600	-1.4	Produits alimentaires et connexes	17	
63,685	64,551	64,410	64,633	+0.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
12,102	12,212	11,827	11,916	+0.8	Appareils et fournitures photographiques	19	
3,997	3,576	3,563	3,438	-3.5	Tissus à la pièce	20	
35,516	34,756	33,348	33,550	+0.6	Literie et linde de maison	21	
7,846	7,937	8,067	8,254	+2.3	Menus articles	22	
16,249	14,599	14,275	14,615	+2.4	Porcelaine et verrerie	23	
15,918	15,655	14,970	14,941	-0.2	Revêtements de plancher	24	
16,153	15,876	15,869	15,674	-1.2	Tentures, rideaux et housses	25	
9,208	9,154	8,631	9,089	+5.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
53,457	52,576	50,442	53,028	+5.1	Meubles	27	
49,704	48,762	48,522	48,815	+0.6	Gros appareils ménagers	28	
43,186	42,916	42,291	43,372	+2.6	Téléviseurs, radios et musique	29	
37,083	37,116	36,383	36,893	+1.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
31,821	32,045	31,629	31,599	-0.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
9,916	9,966	9,839	10,346	+5.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
27,981	28,894	28,335	29,106	+2.7	Bijouterie	33	
28,841	29,467	29,263	29,151	-0.4	Jouets et jeux	34	
28,245	26,195	26,464	26,258	-0.8	Articles de sport et valises	35	
31,953	33,251	33,063	33,089	+0.1	Papeterie, livres et revues	36	
14,103	14,826	13,763	13,783	+0.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,419	21,188	20,172	20,840	+3.3	Repas et casse-croûtes	38	
14,087	13,958	13,921	14,241	+2.3	Services et travaux de réparation	39	
33,957	33,414	33,538	33,736	+0.6	Tous autres rayons	40	
1,056,613	1,060,463	1,043,297	1,051,971	+0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 June	550,221	x	x	10,298	x	95,540
July	532,232	x	x	9,723	x	91,020
January-July	3,625,823	x	x	63,105	x	626,557
1986 June	564,953	x	x	9,800	x	92,999
July	563,679	x	x	9,487	x	94,336
January-July	3,849,108	x	x	64,382	x	654,289
Percentage change						
July 1986/1985	+5.9	x	x	-2.4	x	+3.6
January-July 1986/1985	+6.2	x	x	+2.0	x	+4.4
Junior department stores						
1985 June	357,114	x	x	20,412	x	78,162
July	343,422	x	x	19,260	x	73,973
January-July	2,242,966	x	x	120,797	x	499,246
1986 June	374,101	x	x	20,238	x	79,443
July	363,960	x	x	19,531	x	79,189
January-July	2,436,590	x	x	125,737	x	539,828
Percentage change						
July 1986/1985	+6.0	x	x	+1.4	x	+7.1
January-July 1986/1985	+8.6	x	x	+4.1	x	+8.1
Total, all department stores						
1985 June	907,335	11,491	5,677	30,710	19,977	173,703
July	875,654	10,794	6,595	28,983	18,852	164,993
January-July	5,868,789	69,246	35,665	183,902	125,026	1,125,804
1986 June	939,053	11,094	5,826	30,038	19,740	172,443
July	927,639	10,911	6,201	29,018	19,525	173,525
January-June	6,285,694	71,749	34,721	190,118	127,932	1,194,118
Percentage change						
July 1986/1985	+5.9	+1.1	-6.0	+0.1	+3.6	+5.2
January-July 1986/1985	+7.1	+3.6	-2.6	+3.4	+2.3	+6.1

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
194,652	29,066	x	86,065	107,943	1985 Juin
190,466	28,534	x	83,289	102,606	Juillet
1,260,561	195,015	x	585,187	719,725	Janvier-juillet
202,610	28,646	x	90,614	114,427	1986 Juin
206,267	27,983	x	87,546	112,437	Juillet
1,379,062	198,117	x	617,566	761,300	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
+8.3	-1.9	x	+5.1	+9.6	Juillet 1986/1985
+9.4	+1.6	x	+5.5	+5.8	Janvier-juillet 1986/1985
Grands magasins populaires					
137,779	17,355	x	32,362	32,099	1985 Juin
131,974	16,781	x	32,091	31,415	Juillet
866,391	110,781	x	205,993	196,930	Janvier-juillet
146,582	18,113	x	33,925	35,959	1986 Juin
142,012	17,074	x	32,278	34,796	Juillet
949,566	116,258	x	222,594	229,082	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
+7.6	+1.7	x	+0.6	+10.8	Juillet 1986/1985
+9.6	+4.9	x	+11.0	+16.3	Janvier-juillet 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
332,431	46,421	28,456	118,427	140,042	1985 Juin
322,440	45,315	28,281	115,381	134,021	Juillet
2,126,952	305,797	188,562	791,182	916,655	Janvier-juillet
349,191	46,759	29,037	124,539	150,386	1986 Juin
348,279	45,057	28,066	119,824	147,233	Juillet
2,328,628	314,376	193,511	840,162	990,382	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
+8.0	-0.6	-0.8	+3.9	+9.9	Juillet 1986/1985
+9.5	+2.8	+2.6	+6.2	+8.0	Janvier-juillet 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 June	34,846	38,937	x	17,292	64,188
July	33,284	37,973	x	17,339	59,876
January-July	233,496	265,841	x	113,524	424,065
1986 June	35,774	41,494	x	18,312	63,035
July	34,786	40,422	x	18,548	63,588
January-July	247,026	284,874	x	120,169	448,271
Percentage change					
July 1986/1985	+4.6	+6.4	x	+7.0	+6.2
January-July 1986/1985	+5.8	+7.2	x	+5.9	+5.7
Junior department stores					
1985 June	11,315	13,665	x	7,008	37,276
July	11,110	13,365	x	6,313	33,933
January-July	71,269	87,552	x	43,065	236,793
1986 June	11,922	13,893	x	7,264	37,682
July	11,185	13,184	x	7,308	35,425
January-July	75,868	92,741	x	48,453	250,125
Percentage change					
July 1986/1985	+0.7	-1.4	x	+15.8	+4.4
January-July 1986/1985	+6.5	+5.9	x	+12.5	+5.6
Total, all department stores					
1985 June	46,161	52,602	17,083	24,301	101,464
July	44,364	51,338	16,045	23,652	93,809
January-July	304,763	353,391	104,010	156,590	660,859
1986 June	47,695	55,387	16,827	25,576	100,718
July	45,971	53,606	16,243	25,856	99,013
January-July	322,893	377,613	107,837	168,624	698,397
Percentage change					
July 1986/1985	+3.6	+4.4	+1.2	+9.3	+5.5
January-July 1986/1985	+5.9	+6.9	+3.7	+7.7	+5.7

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
24,082	x	94,251	72,571	x	1985 Juin
23,847	x	88,056	66,687	x	Juillet
157,822	x	607,721	470,197	x	Janvier-juillet
23,480	x	100,039	78,448	x	1986 Juin
23,485	x	102,057	75,600	x	Juillet
162,997	x	683,083	514,688	x	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
-1.5	x	+15.9	+13.4	x	Juillet 1986/1985
+3.3	x	+12.4	+9.5	x	Janvier-juillet 1986/1985
Grands magasins populaires					
15,789	x	38,835	11,912	x	1985 Juin
14,658	x	36,659	11,112	x	Juillet
101,647	x	240,965	75,191	x	Janvier-juillet
17,195	x	41,972	13,129	x	1986 Juin
16,043	x	40,587	12,384	x	Juillet
111,141	x	268,412	83,306	x	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
+9.4	x	+10.7	+11.4	x	Juillet 1986/1985
+9.3	x	+11.4	+10.8	x	Janvier-juillet 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
39,871	24,820	133,086	84,484	41,743	1985 Juin
38,505	24,004	124,716	77,798	41,069	Juillet
259,467	158,077	848,688	545,386	276,422	Janvier-juillet
40,674	24,561	142,011	91,578	41,786	1986 Juin
39,528	24,626	142,645	87,985	40,279	Juillet
274,136	166,566	951,497	597,995	283,183	Janvier-juillet
Variation procentuelle					
+2.7	+2.6	+14.4	+13.1	-1.9	Juillet 1986/1985
+5.7	+5.4	+12.1	+9.6	+2.4	Janvier-juillet 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
	number - nombre					
Major department stores						
1985 June	313	6	3	7	4	54
July	312	6	3	7	4	54
1986 June	308	5	1	7	4	50
July	307	5	1	7	4	49
Junior department stores						
1985 June	482	8	4	27	23	109
July	480	8	4	27	22	108
1986 June	481	8	4	27	22	107
July	481	8	4	27	22	107
Total, all department stores						
1985 June	795	14	7	34	27	163
July	792	14	7	34	26	162
1986 June	789	13	5	34	26	157
July	788	13	5	34	26	156

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 June	14	18	6	14	30
July	14	18	6	14	30
1986 June	14	19	6	14	29
July	14	19	6	14	29
Junior department stores					
1985 June	12	15	9	11	46
July	12	15	9	11	45
1986 June	12	15	9	11	45
July	12	15	9	11	45
Total, all department stores					
1985 June	26	33	15	25	76
July	26	33	15	25	75
1986 June	26	34	15	25	74
July	26	34	15	25	74

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
109	17	15	45	53	1985 Juin
110	17	15	44	52	Juillet
115	17	13	45	51	1986 Juin
115	17	13	45	51	Juillet
Grands magasins populaires					
188	21	17	36	49	1985 Juin
188	21	17	36	49	Juillet
190	21	17	36	49	1986 Juin
190	21	17	36	49	Juillet
Ensemble des grands magasins					
297	38	32	81	102	1985 Juin
298	38	32	80	101	Juillet
305	38	30	81	100	1986 Juin
305	38	30	81	100	Juillet

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	40	27	13	1985 Juin
12	8	41	27	13	Juillet
12	8	45	27	13	1986 Juin
12	8	45	27	13	Juillet
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Juin
20	14	48	15	17	Juillet
21	14	50	15	17	1986 Juin
21	14	50	15	17	Juillet
Ensemble des grands magasins					
32	22	88	42	30	1985 Juin
32	22	89	42	30	Juillet
33	22	95	42	30	1986 Juin
33	22	95	42	30	Juillet

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet	927,639	100.0	563,679	60.8	363,960	39.2
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986

July

TABLERAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986

Juillet

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.4	5.5	5.3	-3.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.7	12.2	11.2	-8.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.5	7.2	7.1	-1.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.4	6.9	6.6	-4.3
Québec	6.4	6.3	5.8	-7.9
Ontario	8.2	8.0	7.7	-3.8
Manitoba	11.9	10.5	10.1	-3.8
Saskatchewan	7.5	7.1	6.6	-7.0
Alberta	11.1	10.2	10.0	-2.0
British Columbia - Colombie-Britannique	11.8	11.0	11.1	+0.9
CANADA	8.5	8.1	7.8	-3.7
Montréal	7.9	7.9	7.2	-8.9
Toronto	9.0	8.7	8.7	-
Winnipeg	16.5	14.7	14.0	-4.8
Vancouver	13.5	13.1	13.2	+0.8

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-July

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-juillet

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 ^r	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	115,106	117,455	+2.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	89,510	91,446	+2.2
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	366,126	434,888	+18.8
4	Furs - Fourrures	13,719	15,197	+10.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	152,260	169,406	+11.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	100,456	106,933	+6.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	110,228	113,801	+3.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	75,620	81,223	+7.4
9	Millinery - Chapeaux	8,951	6,968	-22.2
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	66,327	72,103	+8.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	88,307	93,282	+5.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	156,631	178,562	+14.0
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	229,905	247,431	+7.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	277,473	312,429	+12.6
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	77,610	89,406	+15.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	105,022	112,804	+7.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	401,052	415,530	+3.6
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	342,960	372,554	+8.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	70,903	68,845	-2.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	23,674	23,390	-1.2
21	Linens and domestics - Lingerie et linge de maison	188,582	207,427	+10.0
22	Smallwares and notions - Menus articles	55,078	48,075	-12.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	69,812	76,854	+10.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	82,076	99,981	+21.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	95,172	104,987	+10.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	43,805	49,477	+12.9
27	Furniture - Meubles	323,259	366,188	+13.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	299,452	321,707	+7.4
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	228,859	238,493	+4.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	202,356	208,746	+3.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	217,319	218,102	+0.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	62,680	68,038	+8.5
33	Jewellery - Bijouterie	123,284	145,317	+17.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	123,263	119,916	-2.7
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	177,143	174,190	-1.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	166,846	177,146	+6.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	92,536	88,764	-4.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	142,015	134,501	-5.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	77,384	87,921	+13.6
40	All other departments - Tous autres rayons	226,038	226,211	+0.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,868,789	6,285,694	+7.1

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,976	+0.5
July - Juillet	121.2	927,639	+5.9	765,258	+2.7
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1985		1986		Change - Variation	
		June	July	June ^E	July	June/July 1986	July 1986/1985
		Juin	Juillet	Juin ^E	Juillet	Juin/Juillet 1986	Juillet 1986/1985
		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	42,935	52,035	58,095	61,521	+5.9	+18.2
2	Women's and misses' coats and suits	41,992	71,654	63,607	92,699	+45.7	+29.4
3	Women's and misses' sportswear	142,267	145,696	232,705	223,078	-4.1	+53.1
4	Furs	29,931	34,836	31,148	35,243	+13.1	+1.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	77,517	93,305	104,612	117,503	+12.3	+25.9
6	Girls' and teenage girls' wear	46,088	64,292	67,878	83,945	+23.7	+30.6
7	Lingerie and women's sleepwear	44,432	45,570	62,637	60,473	-3.5	+32.7
8	Intimate apparel	43,749	42,524	54,489	51,444	-5.6	+21.0
9	Millinery	2,470	2,267	2,933	2,290	-21.9	+1.0
10	Women's and girls' hosiery	33,836	34,978	48,887	52,387	+7.2	+49.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	45,271	51,969	63,492	66,253	+4.3	+27.5
12	Women's, misses' and children's footwear	99,148	103,552	129,581	128,345	-1.0	+23.9
13	Men's clothing	163,647	167,514	183,750	180,152	-2.0	+7.5
14	Men's furnishings	151,046	146,076	192,176	184,464	-4.0	+26.3
15	Boys' clothing and furnishings	42,516	62,408	52,073	73,127	+40.4	+17.2
16	Men's and boys' footwear	67,774	73,535	92,953	94,840	+2.0	+29.0
17	Food and kindred products(3)	30,831	33,120	41,323	35,661	-13.7	+7.7
18	Toiletries, cosmetics and drugs	224,820	244,390	281,902	298,954	+6.0	+22.3
19	Photographic equipment and supplies	49,042	51,599	49,314	47,127	-4.4	-8.7
20	Piece goods	19,788	17,758	22,454	16,113	-28.2	-9.3
21	Linens and domestics	139,079	137,044	163,436	155,569	-4.8	+13.5
22	Smallwares and notions	46,963	48,143	52,296	49,972	-4.4	+3.8
23	China and glassware	75,041	77,449	97,937	97,356	-0.6	+25.7
24	Floor coverings	49,585	53,258	75,865	73,043	-3.7	+37.1
25	Draperies, curtains and furniture coverings	64,093	70,348	71,479	75,940	+6.2	+7.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	60,679	64,352	54,820	56,867	+3.7	-11.6
27	Furniture	148,934	156,706	181,449	174,815	-3.7	+11.6
28	Major appliances	69,332	69,632	71,947	72,913	+1.3	+4.7
29	Television, radio and music	135,513	132,625	159,622	160,002	+0.2	+20.6
30	Housewares and small electrical appliances	170,398	166,944	196,799	180,484	-8.3	+8.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	172,108	161,250	158,485	145,917	-7.9	-9.5
32	Plumbing, heating and building materials	27,907	26,458	30,964	28,502	-8.0	+7.7
33	Jewellery	107,096	113,481	170,590	166,927	-2.1	+47.1
34	Toys and games	153,417	183,356	177,102	188,797	+6.6	+3.0
35	Sporting goods and luggage	141,910	136,961	151,656	141,422	-6.7	+3.3
36	Stationery, books and magazines	130,186	142,334	152,263	157,503	+3.4	+10.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	51,150	49,351	54,528	49,144	-9.9	-0.4
38	Meals and lunches(3)	411	569	452	433	-4.2	-23.9
39	Repairs and services	6,268	6,538	2,686	3,062	+14.0	-53.2
40	All other departments	67,033	57,471	64,473	52,816	-18.1	-8.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,216,203	3,393,348	3,924,858	3,937,103	+0.3	+16.0

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés					Rayon	N°
1986				Change - Variation		
April ^r	May ^r	June ^r	July ^p	July/June 1986		
Avril ^r	Mai ^r	Juin ^r	Juillet ^p	Juillet/Juin 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
64,688	63,941	69,408	63,646	-8.3	Robes, robes de ménages, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
99,576	100,163	102,373	89,296	-12.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
259,027	261,292	257,730	248,858	-3.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
37,926	34,545	35,136	35,557	+1.2	Fourrures	4
116,765	109,518	112,881	109,030	-3.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
76,964	71,498	76,632	71,599	-6.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
66,112	67,278	71,447	69,577	-2.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
53,913	54,083	56,443	55,696	-1.3	Sous-vêtements	8
4,119	3,990	4,191	3,525	-15.9	Chapeaux	9
50,812	52,722	54,473	56,242	+3.2	Bas pour dames et fillettes	10
80,348	81,414	82,882	80,461	-2.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
141,476	138,187	141,475	135,891	-3.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
220,200	217,884	212,041	202,287	-4.6	Vêtements pour hommes	13
212,874	216,027	217,698	216,529	-0.5	Articles d'habillement pour hommes	14
64,553	64,252	61,334	60,687	-1.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
95,651	97,628	100,359	98,376	-2.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,471	36,036	41,323	35,661	-13.7	Produits alimentaires et connexes(3)	17
313,709	313,467	316,017	317,740	+0.5	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
49,790	51,992	50,461	46,696	-7.5	Appareils et fournitures photographiques	19
19,167	19,124	21,906	17,014	-22.3	Tissus à la pièce	20
168,417	164,465	163,833	161,041	-1.7	Literie et linoléum de maison	21
47,523	46,229	48,745	46,843	-3.9	Menus articles	22
116,432	98,079	104,739	101,658	-2.9	Porcelaine et verrerie	23
73,916	71,803	73,810	71,774	-2.8	Revêtements de plancher	24
73,692	74,622	74,512	75,323	+1.1	Tentures, rideaux et housses	25
72,480	71,666	57,754	57,647	-0.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
180,090	178,840	180,263	173,416	-3.8	Meubles	27
75,140	74,878	75,794	76,414	+0.8	Gros appareils ménagers	28
165,128	164,499	164,387	167,051	+1.6	Téléviseurs, radios et musique	29
199,481	189,676	191,581	183,182	-4.4	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
164,417	154,249	149,605	148,004	-1.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
30,286	29,122	32,337	30,294	-6.3	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
180,040	183,616	183,413	175,936	-4.1	Bijouterie	33
159,100	170,722	194,640	183,966	+5.5	Jouets et jeux	34
150,274	142,605	148,307	145,446	-1.9	Articles de sport et valises	35
157,500	152,284	156,371	150,222	-3.9	Papeterie, livres et revues	36
55,453	61,731	56,835	54,778	-3.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
544	400	452	433	-4.2	Repas et casse-croûtes(3)	38
2,154	2,322	2,534	2,729	+7.7	Servires et travaux de réparation	39
69,700	72,420	66,533	61,102	-8.2	Tous autres rayons	40
4,243,163	4,160,702	4,182,616	4,056,287	-3.0	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnées n'égalise pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnées sont par conséquent égales aux données non désaisonnées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		June	July	June ^F	July
		Jun	Juillet	Jun ^F	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	2.27	3.02	3.06	3.82
2	Women's and misses' coats and suits	5.48	10.13	8.52	12.47
3	Women's and misses' sportswear	2.47	2.78	3.55	3.67
4	Furs	53.93	29.10	36.05	19.27
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.55	4.27	4.36	4.96
6	Girls' and teenage girls' wear	3.41	4.70	5.08	5.69
7	Lingerie and women's sleepwear	2.68	2.51	3.64	3.30
8	Intimate apparel	3.75	3.71	4.40	3.93
9	Millinery	2.27	1.90	3.06	2.32
10	Women's and girls' hosiery	3.65	4.88	5.22	6.31
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.52	4.82	4.84	5.64
12	Women's, misses' and children's footwear	4.30	4.91	4.93	5.57
13	Men's clothing	3.84	5.65	4.09	5.67
14	Men's furnishings	2.72	3.48	3.28	4.03
15	Boys' clothing and furnishings	3.73	5.72	4.04	6.02
16	Men's and boys' footwear	3.81	4.84	4.99	6.28
17	Food and kindred products	0.57	0.66	0.74	0.68
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.45	4.95	5.28	5.56
19	Photographic equipment and supplies	3.86	4.17	4.21	3.94
20	Piece goods	6.34	5.68	7.41	5.49
21	Linens and domestics	4.92	4.32	5.49	4.50
22	Smallwares and notions	6.88	6.55	8.55	7.03
23	China and glassware	7.30	7.41	9.41	8.26
24	Floor coverings	3.96	3.70	5.50	4.74
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.23	4.33	4.41	4.45
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9.77	8.71	9.01	6.95
27	Furniture	3.03	2.87	3.65	2.79
28	Major appliances	1.54	1.31	1.46	1.33
29	Television, radio and music	4.30	3.94	5.32	4.51
30	Housewares and small electrical appliances	5.43	5.14	6.34	5.51
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.31	4.50	4.26	4.27
32	Plumbing, heating and building materials	2.88	2.29	2.88	2.26
33	Jewellery	5.34	6.18	7.53	7.56
34	Toys and games	8.09	9.07	9.76	9.62
35	Sporting goods and luggage	4.42	4.57	4.71	4.75
36	Stationery, books and magazines	5.23	6.25	5.82	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.48	3.49	4.08	3.75
38	Meals and lunches	0.02	0.03	0.02	0.02
39	Repairs and services	0.54	0.59	0.20	0.23
40	All other departments	1.84	1.69	1.80	1.60
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.44	3.73	4.08	4.12

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	N°
June	July	June ^r	July		
Juin	Juillet	Juin ^r	Juillet		
0.39	0.36	0.31	0.27	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.16	0.12	0.11	0.10	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.37	0.36	0.25	0.27	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.02	0.04	0.03	0.06	Fourrures	4
0.27	0.26	0.23	0.21	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.25	0.19	0.19	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.40	0.26	0.30	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.26	0.27	0.23	0.25	Sous-vêtements	8
0.40	0.50	0.32	0.38	Chapeaux	9
0.26	0.21	0.18	0.16	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.22	0.19	0.18	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.22	0.21	0.19	0.18	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.24	0.18	0.22	0.17	Vêtements pour hommes	13
0.32	0.28	0.27	0.24	Articles d'habillement pour hommes	14
0.27	0.21	0.23	0.19	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.21	0.18	0.16	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.64	1.59	1.44	1.37	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.18	0.19	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.25	0.25	0.23	0.25	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.17	0.14	0.15	Tissus à la pièce	20
0.20	0.23	0.17	0.22	Literie et linge de maison	21
0.14	0.15	0.12	0.14	Menus articles	22
0.13	0.14	0.10	0.12	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.28	0.18	0.21	Revêtements de plancher	24
0.23	0.24	0.22	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.10	0.12	0.09	0.15	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.33	0.36	0.27	0.35	Meubles	27
0.63	0.76	0.68	0.76	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.25	0.18	0.22	Téléviseurs, radios et musique	29
0.19	0.19	0.16	0.17	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.24	0.21	0.23	0.22	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.36	0.42	0.37	0.42	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.18	0.17	0.13	0.13	Bijouterie	33
0.12	0.12	0.11	0.11	Jouets et jeux	34
0.21	0.22	0.20	0.20	Articles de sport et valises	35
0.18	0.17	0.17	0.16	Papeterie, livres et revues	36
0.28	0.28	0.23	0.25	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
40.31	41.55	43.19	44.16	Repas et casse-croûtes	38
1.88	1.74	5.43	4.56	Services et travaux de réparation	39
0.48	0.55	0.48	0.56	Tous autres rayons	40
0.27	0.26	0.23	0.24	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	

Unadjusted - Non désaisonnalisés

January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327	2,036,258	-2.1	+8.6
August - Août	1,689,630	1,888,520			
September - Septembre	1,746,901	1,952,986			
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

millions of dollars - millions de dollars

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,132.0	+0.8	+11.7
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,135.0 ^r	+0.3	+11.0 ^r
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,149.0 ^r	+0.6	+10.9 ^r
June - Juin	1,775.0	1,946.0	2,147.0 ^r	-0.1	+10.3 ^r
July - Juillet	1,784.0	1,972.0	2,150.0 ^p	+0.1 ^p	+9.0 ^p
August - Août	1,789.0	2,002.0			
September - Septembre	1,804.0	2,019.0			
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade Section.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.
- Operating Results - Retail Trade. O. Bil.

A number of publications are available in the Operating Results series.

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.
- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil.

Un nombre de publications de la série des Résultats de l'exploitation est également disponible.

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

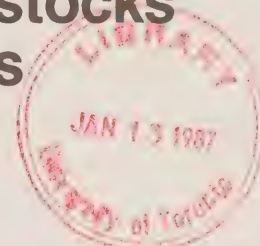
Lacking Aug. 1986

Department store sales and stocks

September 1986

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

**Department store
sales and
stocks**

September 1986

**Ventes et stocks
des grands
magasins**

Septembre 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1986

December 1986
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1986

Décembre 1986
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Explanatory Notes	vi
Text Tables	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	x
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xi
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xii
Highlights	xiii

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Notes explicatives	vi
Tableaux explicatifs	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	x
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	x
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xi
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xii
Points saillants	xiii

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées: autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - September

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Septembre

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	85.0	88.0	92.2
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	62.5	87.1
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	50.0	66.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	92.9

- (1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
 (1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.
- (2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
 (2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
- (3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
 (3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
- (4) The organizational units are the department store companies.
 (4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

CHARTS

GRAPHIQUES

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

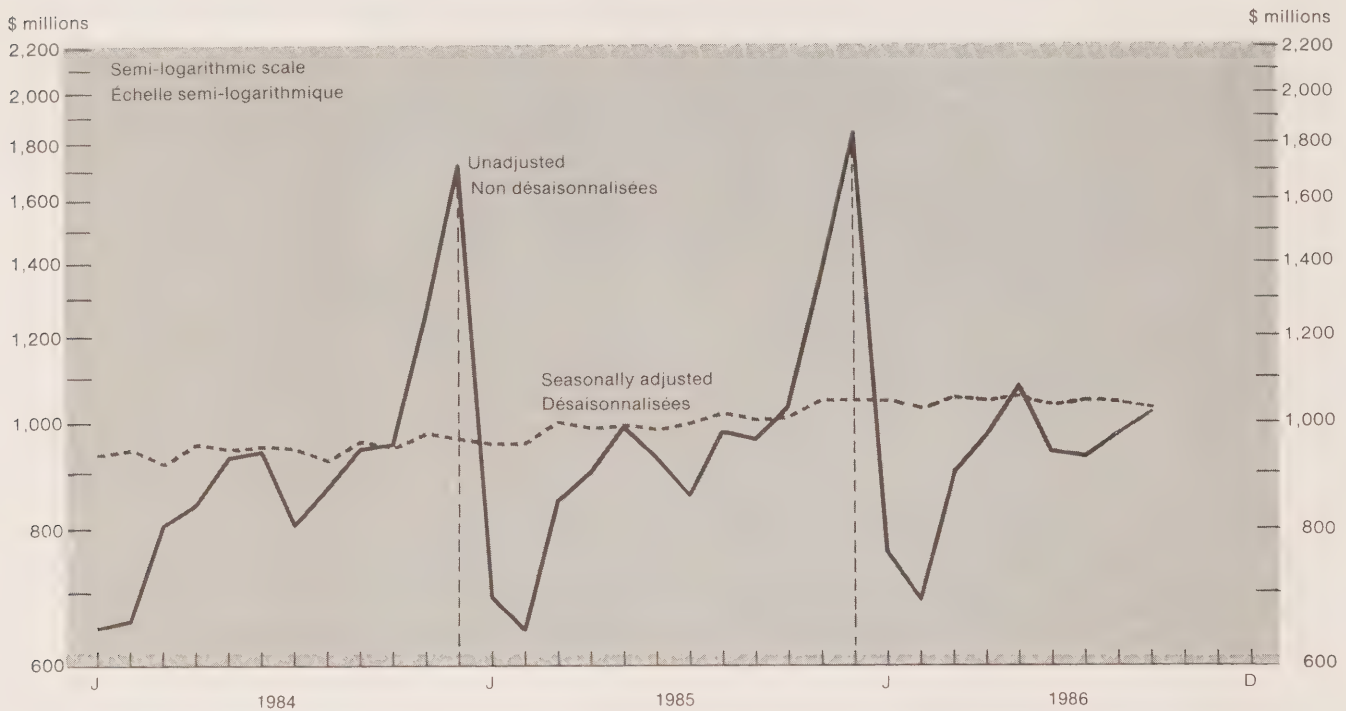


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986

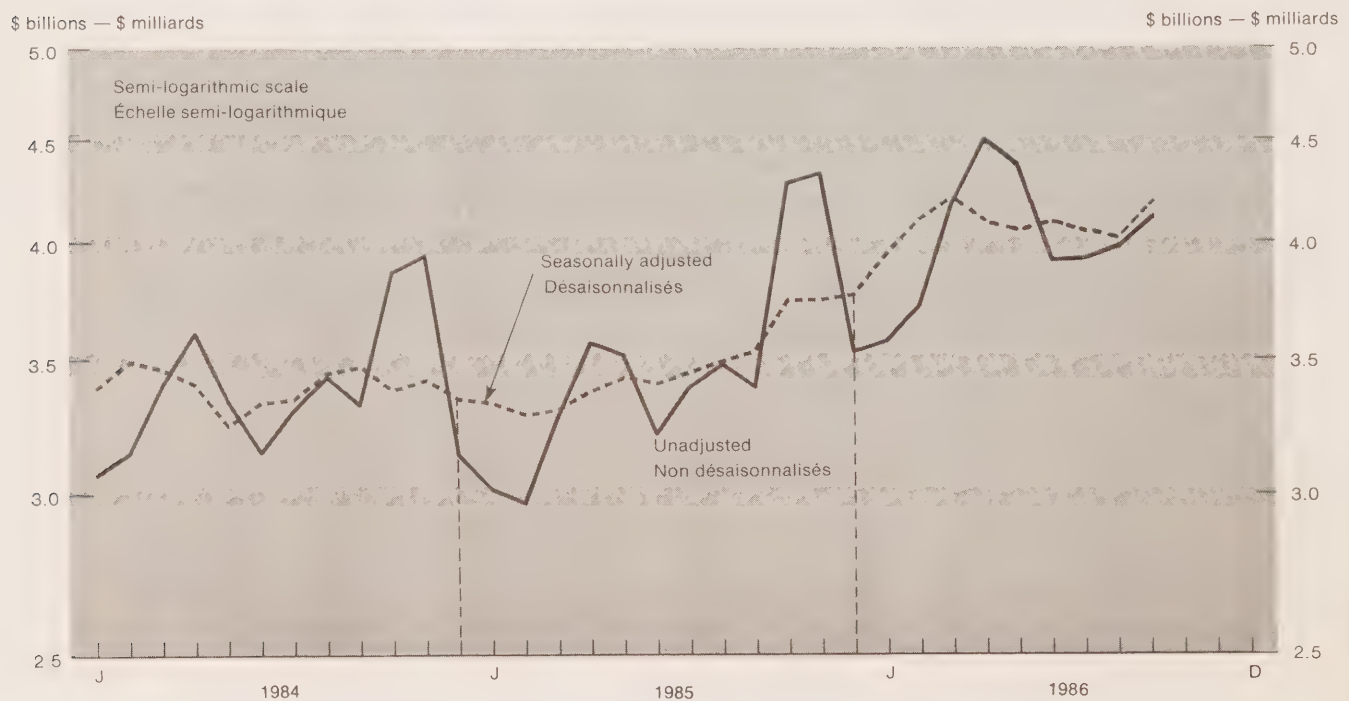


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

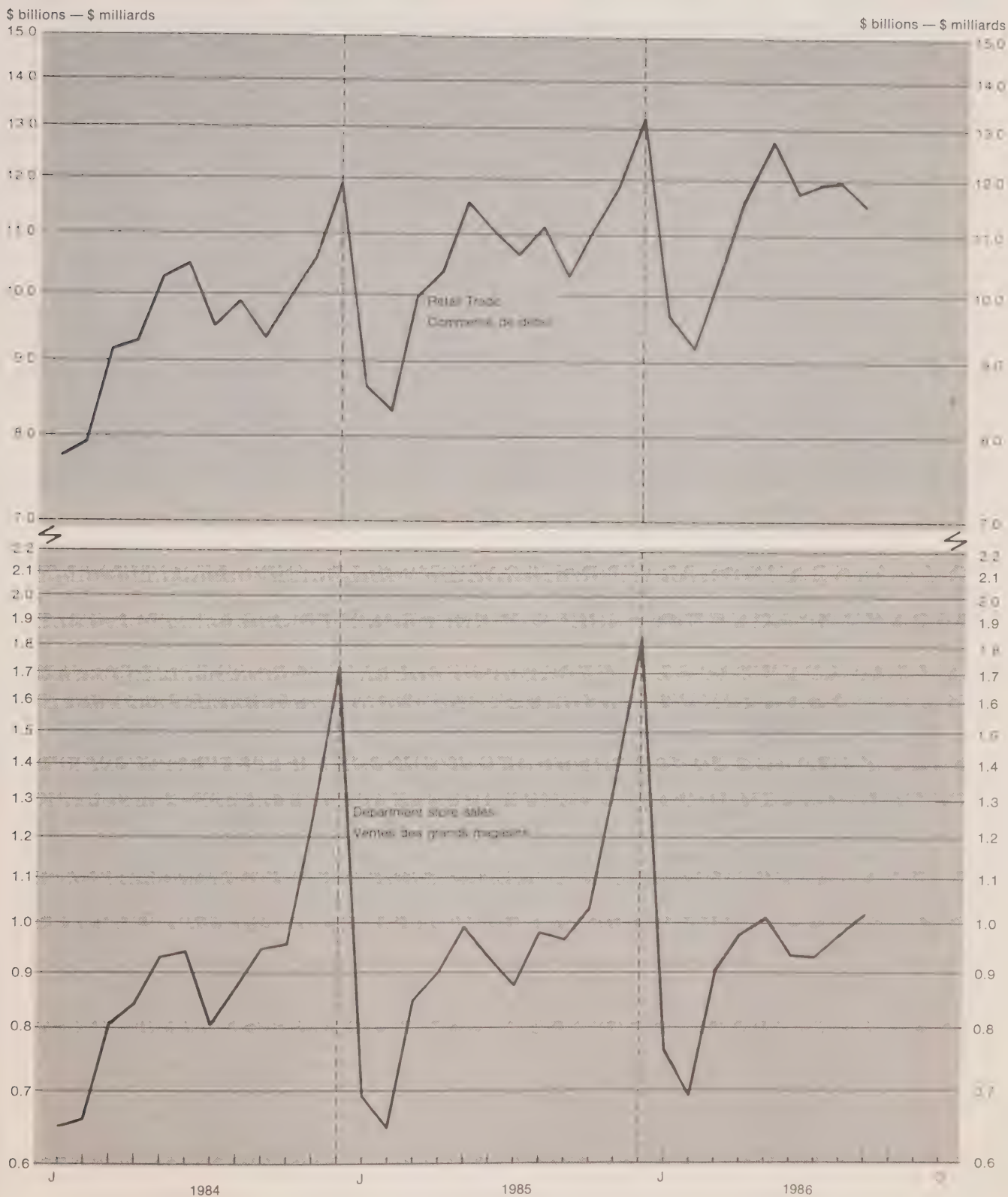


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

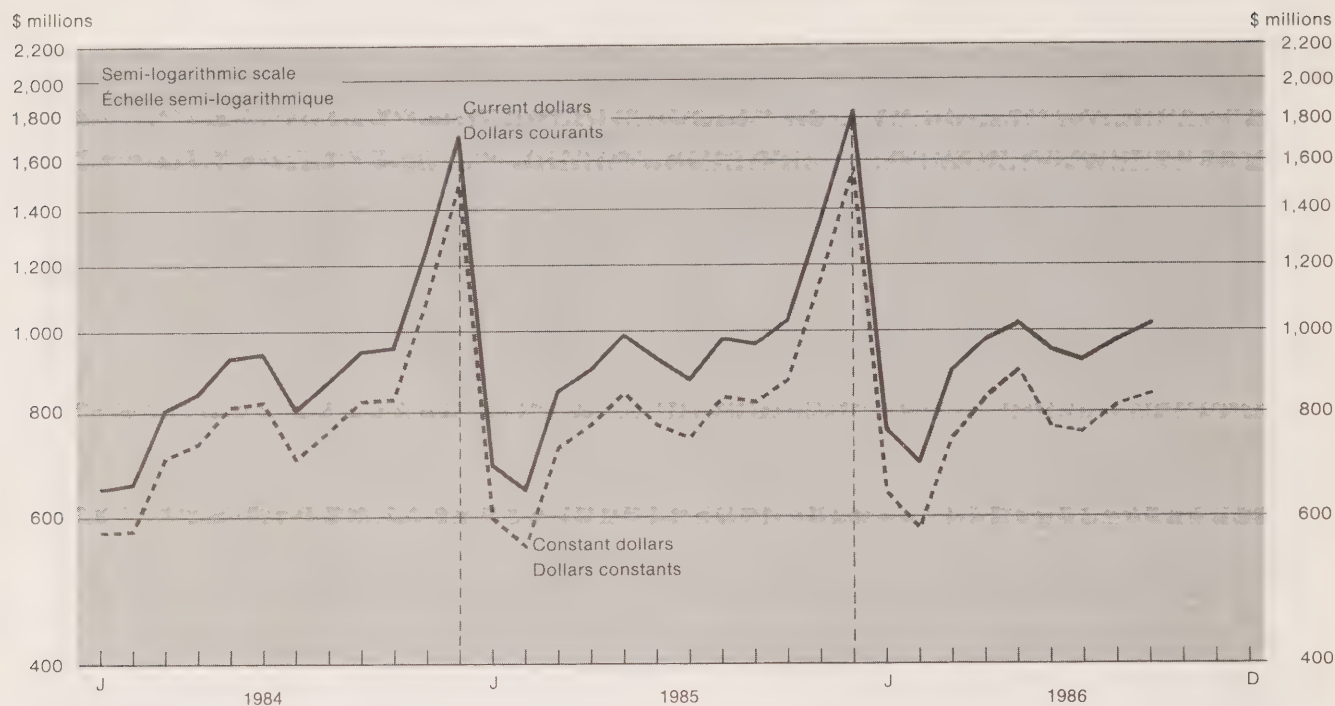
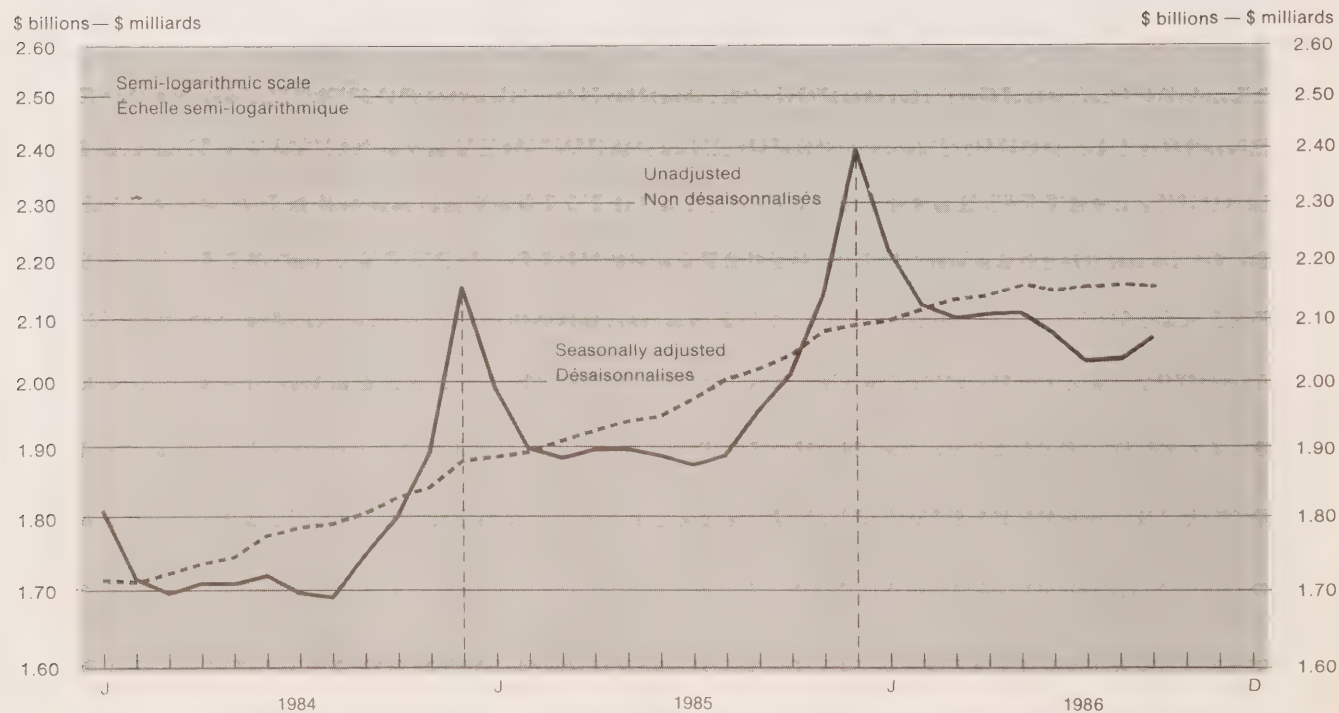


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales declined for the second consecutive month to \$1,038 million in September 1986, a decrease of 0.8% from the previous month's revised total of \$1,046 million. Lower sales were recorded in 26 of the 40 departments.
- o For the first nine months of 1986, department store sales have fluctuated significantly while showing no overall growth.
- o Seasonally adjusted, department store stocks (at selling value) totalled \$4,367 million at the end of September, up 8.5% from the August 1986 revised value of \$4,025 million. This increase followed decreases of 3.0% in July and 0.7% in August 1986.
- o The inventories to sales ratio rose to 4.21:1 in September, the highest value in this ratio recorded in 1986, which has averaged 3.92:1.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$1,021 million in September 1986, up 5.8% over the September 1985 level of \$965 million. Cumulative sales for the period January to September 1986 totalled \$8,282 million, up 6.0% over the corresponding period in 1985.
- o Seven provinces posted gains in September 1986 over the corresponding month in 1985, with increases ranging from 9.6% in Ontario to 3.6% in New Brunswick. Decreases were recorded in Alberta (-2.7%), Manitoba (-0.4%) and Saskatchewan (-0.3%). Sales rose in seven of the ten metropolitan areas surveyed.
- o Sales by major department stores in September 1986 reached \$656 million, up 4.7% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$364 million, up 7.8% over the same period last year.

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes des grands magasins, corrigée en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a diminué pour un deuxième mois pour s'inscrire à \$1,038 millions en septembre 1986, une baisse de 0.8% par rapport à l'estimation révisée d'août (\$1,046 millions). Des diminutions dans les ventes furent enregistrées dans 26 des 40 rayons.
- o Au cours des neuf premiers mois de 1986, les ventes des grands magasins ont fluctué significativement quoique aucune croissance ne fut enregistrée au niveau global.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 8.5% par rapport au mois précédent (\$4,025 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de septembre à \$4,367 millions. Cette augmentation substantielle fait suite à des baisses de 3.0% en juillet et 0.7% en août 1986.
- o Le rapport du total des stocks possédés aux ventes désaisonnalisées s'est élevé à 4.21:1 en septembre, le rapport mensuel le plus élevé enregistré en 1986. La moyenne des rapports mensuels s'établit à 3.92:1 en 1986.

Données non-désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$1,021 millions en septembre 1986, soit 5.8% de plus que le niveau de \$965 millions observé en septembre 1985. Les ventes cumulatives, pour la période de janvier à septembre 1986, se sont chiffrées à \$8,282 millions, en hausse de 6.0% par rapport à la période correspondante en 1985.
- o Les ventes des grands magasins ont progressé dans sept provinces en septembre 1986 comparativement au même mois de l'an dernier, les hausses s'échelonnant de 9.6% en Ontario à 3.6% au Nouveau-Brunswick. Des diminutions ont été enregistrées en Alberta (-2.7%), au Manitoba (-0.4%) et en Saskatchewan (-0.3%). Les ventes ont augmenté dans sept des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en septembre 1986, se sont chiffrées à \$656 millions, soit une hausse de 4.7% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$364 millions, ce qui représente un gain de 7.8% en regard du mois de septembre de l'année dernière.

- o In September 1986, there were 789 retail locations operated by department store organizations, the same as reported for August 1986 and eleven less than in September 1985. Of this total number, 311 were operated by major department store organizations and 478 by junior department store organizations.
- o In September 1986, total department store sales constituted 8.9% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 9.3% share held in September 1985.
- o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,206 million, up 24.0% over the level reached in September 1985.
- o The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in September 1986 amounted to \$2,079 million, up 6.5% from the \$1,953 million in September 1985.

- o En septembre 1986, on a dénombré un total de 789 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit le même nombre qu'en août 1986 et onze de moins qu'en septembre 1985. De ce total, 311 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 478 par les organisations des grands magasins populaires.
- o Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elle seules, 8.9% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en septembre 1986, soit une légère diminution par rapport à la part de 9.3% détenue en septembre 1985.
- o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,206 millions, soit une hausse de 24.0% par rapport au niveau atteint en septembre 1985.
- o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,079 millions en septembre 1986, soit 6.5% de plus que l'estimation enregistrée en septembre 1985 (\$1,953 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisées				
		1985		1986		Change
Department		August	September	August	September	Variation
		Août	Septembre	Août	Septembre	Septembre 1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent
		milliers de dollars				pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	17,824	16,777	16,865	17,761	+5.9
2	Women's and misses' coats and suits	16,211	21,679	15,737	24,611	+13.5
3	Women's and misses' sportswear	60,921	69,204	63,110	82,587	+19.3
4	Furs	2,445	3,942	2,808	5,167	+31.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	28,488	25,895	28,097	28,858	+11.4
6	Girls' and teenage girls' wear	30,126	17,091	28,961	18,967	+11.0
7	Lingerie and women's sleepwear	16,108	16,609	16,687	18,430	+11.0
8	Intimate apparel	11,992	12,696	12,469	13,550	+6.7
9	Millinery	1,150	1,439	833	1,166	-19.0
10	Women's and girls' hosiery	8,903	12,148	9,135	13,517	+11.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	12,966	17,429	13,289	18,761	+7.6
12	Women's, misses' and children's footwear	26,123	30,827	30,101	34,400	+11.6
13	Men's clothing	36,896	42,783	37,920	47,545	+11.1
14	Men's furnishings	42,831	47,670	48,439	55,065	+15.5
15	Boys' clothing and furnishings	24,794	12,921	24,728	15,579	+20.6
16	Men's and boys' footwear	16,557	18,272	17,444	19,715	+7.9
17	Food and kindred products	62,110	52,306	59,178	56,149	+7.3
18	Toiletries, cosmetics and drugs	54,159	50,207	54,898	58,207	+15.9
19	Photographic equipment and supplies	13,960	10,316	11,912	9,812	-4.7
20	Piece goods	3,711	3,892	3,520	4,154	+6.7
21	Linens and domestics	34,275	33,504	36,060	34,400	+2.7
22	Smallwares and notions	7,574	10,412	7,322	9,344	-10.3
23	China and glassware	10,324	12,470	10,744	12,430	-0.3
24	Floor coverings	13,693	14,288	13,258	13,652	-4.5
25	Draperies, curtains and furniture coverings	15,231	15,132	14,839	16,078	+6.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,030	8,085	7,295	7,758	-4.0
27	Furniture	45,912	50,179	46,779	52,490	+4.6
28	Major appliances	48,418	49,799	49,145	49,317	-1.0
29	Television, radio and music	47,884	49,269	45,075	47,542	-3.5
30	Housewares and small electrical appliances	36,452	33,206	32,309	31,963	-3.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	30,762	26,269	29,763	26,157	-0.4
32	Plumbing, heating and building materials	9,288	9,065	9,674	10,118	+11.6
33	Jewellery	19,805	22,442	22,432	24,696	+10.0
34	Toys and games	21,322	19,491	19,165	18,628	-4.4
35	Sporting goods and luggage	25,082	21,371	24,089	19,761	-7.5
36	Stationery, books and magazines	35,805	33,336	35,161	29,500	-11.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	13,427	13,427	13,236	12,863	-4.2
38	Meals and lunches	22,246	20,563	19,999	19,311	-6.1
39	Repairs and services	11,305	11,047	12,006	13,031	+18.0
40	All other departments	34,835	27,385	31,050	27,661	+1.0
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	979,945	964,843	975,532	1,020,701	+5.8

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées

1986				Change Variation	Rayon	Nº
June ^r	July ^r	August ^r	September ^p	September/ August 1986		
Juin ^r	Juillet ^r	Août ^r	Septembre ^p	Septembre/ Août 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
17,236	17,436	17,446	18,176	+4.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
17,945	17,636	17,771	18,613	+4.7	formes pour dames et jeunes filles	
68,698	69,314	67,149	68,683	+2.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
5,509	5,361	4,969	5,045	+1.5	filles	
27,599	27,341	26,500	27,441	+3.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
					Fourrures	4
					Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
					de chambres d'enfants	
16,884	19,131	18,671	18,349	-1.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
20,060	21,428	21,706	21,088	-2.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,249	12,963	12,818	12,413	-3.2	Sous-vêtements	8
1,579	1,539	1,403	1,374	-2.0	Chapeaux	9
11,253	12,153	11,855	11,829	-0.2	Ras pour dames et fillettes	10
18,394	18,905	19,076	18,934	-0.7	Gants, moufles et articles de parure pour	11
29,355	29,857	30,856	28,189	-8.6	dames et fillettes	
45,496	45,799	45,729	45,610	-0.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
56,723	57,988	61,573	59,538	-3.3	enfants	
16,050	16,204	16,401	16,502	+0.6	Vêtements pour hommes	13
					Articles d'habillement pour hommes	14
					Vêtements et articles d'habillement pour	15
					garçons	
18,138	18,712	18,992	18,708	-1.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
63,433	62,568	62,095	64,021	+3.1	Produits alimentaires et connexes	17
64,488	64,590	63,619	66,058	+3.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
					caments	
11,764	11,823	11,629	11,234	-3.4	Appareils et fournitures photographiques	19
3,577	3,461	3,508	3,589	+2.3	Tissus à la pièce	20
33,354	33,494	34,691	32,303	-6.9	Literie et linge de maison	21
8,073	8,239	8,449	7,751	-8.3	Menus articles	22
14,211	14,523	14,607	14,023	-4.0	Porcelaine et verrerie	23
14,791	14,698	14,387	13,846	-3.8	Revêtements de plancher	24
15,826	15,618	15,513	15,560	+0.3	Tentures, rideaux et housses	25
8,561	8,954	8,614	8,432	-2.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
50,245	52,746	51,811	52,095	+0.5	d'ameublement pour la maison	
48,390	48,675	49,557	47,816	-3.5	Meubles	27
42,409	43,516	45,109	42,691	-5.4	Gros appareils ménagers	28
36,127	36,557	36,265	36,050	-0.6	Téléviseurs, radios et musique	29
					Articles de ménage et petits appareils élec-	30
					triques	
31,669	31,659	32,681	32,228	-1.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,904	10,431	10,382	10,636	+2.4	etc.	
28,237	28,944	29,138	27,853	-4.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
29,035	28,848	28,281	28,095	-0.7	truction	
26,374	26,096	26,439	24,997	-5.5	Bijouterie	33
					Jouets et jeux	34
					Articles de sport et valises	35
32,732	32,650	32,351	29,465	-8.9	Papeterie, livres et revues	36
13,793	13,815	14,084	14,684	+4.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
20,152	20,792	20,656	20,323	-1.6	réparation et fournitures	
13,893	14,203	13,799	13,813	+0.1	Repas et casse-croûtes	38
33,460	33,732	34,008	33,252	-2.2	Services et travaux de réparation	39
					Tous autres rayons	40
1,040,121	1,048,638	1,046,405	1,038,432	-0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 August	588,786	x	x	10,414	x	105,825
September	626,857	x	x	10,693	x	105,573
January-September ^F	4,841,466	x	x	84,212	x	837,955
1986 August	581,028	x	x	10,869	x	104,751
September	656,303	x	x	11,482	x	114,567
January-September	5,086,439	x	x	86,733	x	873,607
Percentage change						
September 1986/1985	+4.7	x	x	+7.4	x	+8.5
January-September 1986/1985	+5.1	x	x	+3.0	x	+4.3
Junior department stores						
1985 August	391,160	x	x	21,777	x	84,468
September	337,985	x	x	18,446	x	73,933
January-September ^F	2,972,111	x	x	161,020	x	657,647
1986 August	394,503	x	x	21,720	x	86,115
September	364,398	x	x	20,301	x	79,780
January-September	3,195,491	x	x	167,758	x	705,723
Percentage change						
September 1986/1985	+7.8	x	x	+10.1	x	+7.9
January-September 1986/1985	+7.5	x	x	+4.2	x	+7.3
Total, all department stores						
1985 August	979,945	12,654	6,559	32,191	21,391	190,292
September	964,843	11,290	5,012	29,139	19,570	179,505
January-September ^F	7,813,577	93,190	47,236	245,232	165,987	1,495,601
1986 August	975,532	12,450	6,484	32,589	21,305	190,866
September	1,020,701	11,904	5,382	31,783	20,265	194,347
January-September	8,281,927	96,103	46,587	254,490	169,502	1,579,331
Percentage change						
September 1986/1985	+5.8	+5.4	+7.4	+9.1	+3.6	+8.3
January-September 1986/1985	+6.0	+3.1	-1.4	+3.8	+2.1	+5.6

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
209,078	31,337	x	92,665	111,154	1985 Août
222,536	35,158	x	101,277	120,883	Septembre
1,692,175	261,510	x	779,129	951,762	Janvier-septembre ^r
216,706	27,957	x	86,836	108,122	1986 Août
242,976	33,544	x	98,102	126,351	Septembre
1,838,744	259,618	x	802,504	995,773	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
+9.2	-4.6	x	-3.1	+4.5	Septembre 1986/1985
+8.7	-0.7	x	+3.0	+4.6	Janvier-septembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
148,885	19,620	x	36,453	36,206	1985 Août
128,454	15,476	x	33,523	32,489	Septembre
1,143,730	145,877	x	275,969	265,625	Janvier-septembre ^r
153,807	19,021	x	34,301	36,220	1986 Août
141,614	16,868	x	33,028	34,086	Septembre
1,244,987	152,147	x	289,923	299,388	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
+10.2	+9.0	x	-1.5	+4.9	Septembre 1986/1985
+8.9	+4.3	x	+5.1	+12.7	Janvier-septembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
357,963	50,957	31,460	129,117	147,360	1985 Août
350,990	50,634	30,531	134,799	153,372	Septembre
2,835,905	407,388	250,553	1,055,098	1,217,387	Janvier-septembre ^r
370,512	46,978	28,868	121,137	144,342	1986 Août
384,589	50,412	30,451	131,130	160,437	Septembre
3,083,729	411,766	252,830	1,092,429	1,295,161	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
+9.6	-0.4	-0.3	-2.7	+4.6	Septembre 1986/1985
+8.7	+1.1	+0.9	+3.5	+6.4	Janvier-septembre 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 August	37,123	43,262	x	17,596	73,296
September	40,637	46,285	x	20,050	73,677
January-September ^F	311,256	355,388	x	151,170	571,038
1986 August	34,525	40,347	x	18,224	72,240
September	39,312	45,410	x	20,522	81,958
January-September	320,863	370,631	x	158,915	602,469
Percentage change					
September 1986/1985	-3.3	-1.9	x	+2.4	+11.2
January-September 1986/1985	+3.1	+4.3	x	+5.1	+5.5
Junior department stores					
1985 August	12,284	15,405	x	7,272	38,879
September	11,411	14,235	x	6,512	34,339
January-September ^F	94,964	117,192	x	56,849	310,011
1986 August	11,703	14,240	x	6,673	38,720
September	10,939	13,776	x	6,310	36,461
January-September	98,510	120,757	x	61,436	325,306
Percentage change					
September 1986/1985	-4.1	-3.2	x	-3.1	+6.2
January-September 1986/1985	+3.7	+3.0	x	+8.1	+4.9
Total, all department stores					
1985 August	49,407	58,667	17,632	24,868	112,176
September	52,048	60,521	16,888	26,562	108,016
January-September ^F	406,218	472,579	138,530	208,020	881,051
1986 August	46,227	54,587	18,147	24,897	110,960
September	50,251	59,187	18,506	26,832	118,419
January-September	419,371	491,387	144,490	220,353	927,776
Percentage change					
September 1986/1985	-3.5	-2.2	+9.6	+1.0	+9.6
January-September 1986/1985	+3.2	+4.0	+4.3	+5.9	+5.3

TABEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
25,790	x	101,788	72,460	x	1985 Août
27,610	x	110,797	81,316	x	Septembre
211,222	x	820,306	623,973	x	Janvier-septembre ^r
25,337	x	107,374	72,509	x	1986 Août
27,208	x	124,391	86,210	x	Septembre
215,542	x	914,848	673,407	x	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
-1.5	x	+12.3	+6.0	x	Septembre 1986/1985
+2.0	x	+11.5	+7.9	x	Janvier-septembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
17,036	x	39,887	12,203	x	1985 Août
15,284	x	35,789	11,687	x	Septembre
133,967	x	316,641	99,081	x	Janvier-septembre ^r
18,275	x	41,632	12,638	x	1986 Août
17,297	x	39,411	11,973	x	Septembre
146,713	x	349,455	107,917	x	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
+13.2	x	+10.1	+2.4	x	Septembre 1986/1985
+9.5	x	+10.4	+8.9	x	Janvier-septembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
42,826	25,914	141,675	84,663	45,816	1985 Août
42,893	25,481	146,586	93,003	45,929	Septembre
345,186	209,472	1,136,949	723,052	368,167	Janvier-septembre ^r
43,611	26,636	149,006	85,147	42,036	1986 Août
44,505	25,876	163,801	98,183	45,468	Septembre
362,252	219,078	1,264,304	781,325	370,687	Janvier-septembre
Variation procentuelle					
+3.8	+1.6	+11.7	+5.6	-1.0	Septembre 1986/1985
+4.9	+4.6	+11.2	+8.1	+0.7	Janvier-septembre 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
	number - nombre					
Major department stores						
1985 August	315	6	3	7	4	54
September	319	6	3	7	4	54
1986 August	310	5	1	7	4	50
September	311	5	1	7	4	50
Junior department stores						
1985 August	481	8	4	27	22	109
September	481	8	4	27	22	109
1986 August	479	8	4	27	22	106
September	478	8	4	27	22	105
Total, all department stores						
1985 August	796	14	7	34	26	163
September	800	14	7	34	26	163
1986 August	789	13	5	34	26	156
September	789	13	5	34	26	155

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 August	14	18	6	14	30
September	14	19	6	14	30
1986 August	14	19	6	14	30
September	14	19	6	14	30
Junior department stores					
1985 August	12	15	9	11	45
September	12	15	9	11	45
1986 August	12	15	9	9	44
September	12	15	9	9	43
Total, all department stores					
1985 August	26	33	15	25	75
September	26	34	15	25	75
1986 August	26	34	15	23	74
September	26	34	15	23	73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
113	17	15	44	52	1985 Août
116	17	15	45	52	Septembre
117	17	13	45	51	1986 Août
117	17	13	45	52	Septembre
Grands magasins populaires					
188	21	17	36	49	1985 Août
188	21	17	36	49	Septembre
188	22	17	36	49	1986 Août
188	22	17	36	49	Septembre
Ensemble des grands magasins					
301	38	32	80	101	1985 Août
304	38	32	81	101	Septembre
305	39	30	81	100	1986 Août
305	39	30	81	101	Septembre

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	46	27	13	1985 Août
12	8	46	27	13	Septembre
12	8	46	26	13	1986 Août
12	8	46	27	13	Septembre
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Août
20	14	48	15	17	Septembre
21	14	48	15	18	1986 Août
21	14	48	15	18	Septembre
Ensemble des grands magasins					
32	22	91	42	30	1985 Août
32	22	94	42	30	Septembre
33	22	94	41	31	1986 Août
33	22	94	42	31	Septembre

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.9
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet	927,639	100.0	563,679	60.8	363,960	39.2
August - Août	975,532	100.0	581,028	59.6	394,503	40.4
September - Septembre	1,020,701	100.0	656,303	64.3	364,398	35.7
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
September

TABLER 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Septembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.8	6.5	6.3	-3.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.6	11.7	11.6	-0.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.9	8.0	8.1	+1.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.6	7.7	7.2	-6.5
Québec	7.6	7.1	6.8	-4.2
Ontario	9.8	9.0	8.7	-3.3
Manitoba	14.1	12.1	11.4	-5.8
Saskatchewan	8.9	8.3	7.4	-10.8
Alberta	13.4	12.4	11.3	-8.9
British Columbia - Colombie-Britannique	14.0	13.2	12.5	-5.3
CANADA	10.1	9.3	8.9	-4.3
Montréal	9.7	9.1	8.8	-3.3
Toronto	11.0	10.3	9.9	-3.9
Winnipeg	19.3	16.5	15.8	-4.2
Vancouver	16.2	15.9	14.7	-7.5

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-September

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-septembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985 ¹	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	149,707	152,081	+1.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	127,400	131,794	+3.4
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	496,251	580,585	+17.0
4	Furs - Fourrures	20,106	23,172	+15.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	206,643	226,361	+9.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	147,673	154,861	+4.9
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	142,945	148,918	+4.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	100,308	107,242	+6.9
9	Millinery - Chapeaux	11,540	8,967	-22.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	87,378	94,755	+8.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	118,702	125,332	+5.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	213,581	243,063	+13.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	309,584	332,896	+7.5
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	367,974	415,933	+13.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	115,325	129,713	+12.5
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	139,851	149,963	+7.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	515,468	530,857	+3.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	447,326	485,659	+8.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	95,179	90,569	-4.8
20	Piece goods - Tissus à la pièce	31,277	31,064	-0.7
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	256,361	277,887	+8.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	73,064	64,741	-11.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	92,606	100,028	+8.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	110,057	126,891	+15.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	125,535	135,904	+8.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	59,920	64,530	+7.7
27	Furniture - Meubles	419,350	465,457	+11.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	397,669	420,169	+5.7
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	326,012	331,110	+1.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	272,004	273,018	+0.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	274,350	274,022	-0.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	81,033	87,830	+8.4
33	Jewellery - Bijouterie	165,531	192,445	+16.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	164,076	157,709	-3.9
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	223,596	218,040	-2.5
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	235,987	241,807	+2.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	119,390	114,863	-3.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	184,824	173,811	-6.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	99,736	112,958	+13.3
40	All other departments - Tous autres rayons	288,258	284,922	-1.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	7,813,577	8,281,927	+6.0

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,976	+0.5
July - Juillet	121.2	927,639	+5.9	765,258	+2.7
August - Août	121.5	975,532	-0.5	803,008	-3.7
September - Septembre	121.5	1,020,701	+5.8	839,758	+2.2
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Gross National Product Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division du produit national brut de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

Department	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
	1985		1986		Change - Variation	
	August	September	August	September	September/August 1986	September 1986/1985
	Août	Septembre	Août	Septembre	Septembre/Août 1986	Septembre 1986/1985
	thousands of dollars				per cent	
No.	milliers de dollars				pourcentage	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,520	50,641	58,334	64,224	+10.1	+26.8
2 Women's and misses' coats and suits	82,262	90,837	98,665	113,182	+14.7	+24.6
3 Women's and misses' sportswear	152,682	153,876	229,706	243,020	+5.8	+57.9
4 Furs	37,360	42,135	38,025	40,796	+7.3	-3.2
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	88,047	80,233	107,454	112,805	+5.0	+40.6
6 Girls' and teenage girls' wear	55,065	51,635	74,796	75,632	+1.1	+46.5
7 Lingerie and women's sleepwear	47,129	50,512	66,757	67,246	+0.7	+33.1
8 Intimate apparel	45,661	40,634	53,742	49,224	-8.4	+21.1
9 Millinery	2,308	2,964	2,403	3,652	+52.0	+23.2
10 Women's and girls' hosiery	40,429	39,576	55,801	49,250	-11.7	+24.4
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	60,155	68,465	70,062	82,926	+18.4	+21.1
12 Women's, misses' and children's footwear	107,102	110,052	145,788	150,504	+3.2	+36.8
13 Men's clothing	206,692	188,030	238,616	252,313	+5.7	+34.2
14 Men's furnishings	155,033	168,183	202,917	236,335	+16.6	+40.6
15 Boys' clothing and furnishings	42,024	49,453	56,821	63,644	+12.0	+28.7
16 Men's and boys' footwear	75,167	79,976	96,293	93,300	-3.1	+16.7
17 Food and kindred products(3)	32,166	37,354	34,297	41,010	+19.6	+9.8
18 Toiletries, cosmetics and drugs	246,235	233,731	292,522	294,546	+0.7	+26.0
19 Photographic equipment and supplies	49,928	44,255	48,036	48,773	+1.5	+10.2
20 Piece goods	18,215	17,663	16,636	19,231	+15.6	+8.9
21 Linens and domestics	129,658	128,387	147,204	146,642	-0.4	+14.2
22 Smallwares and notions	49,133	40,914	46,969	44,732	-4.8	+9.3
23 China and glassware	81,931	78,364	98,210	99,338	+1.1	+26.8
24 Floor coverings	55,176	50,390	71,390	73,564	+3.0	+46.0
25 Draperies, curtains and furniture coverings	68,186	64,527	71,511	75,017	+4.9	+16.3
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	66,253	65,483	65,922	67,864	+2.9	+3.6
27 Furniture	152,710	142,538	154,904	162,553	+4.9	+14.0
28 Major appliances	63,275	60,490	69,323	76,989	+11.1	+27.3
29 Television, radio and music	140,840	121,105	165,327	157,771	-4.6	+30.3
30 Housewares and small electrical appliances	166,287	162,028	173,619	182,259	+5.0	+12.5
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	163,188	152,176	140,478	152,681	+8.7	+0.3
32 Plumbing, heating and building materials	26,308	24,350	30,366	33,010	+8.7	+35.6
33 Jewellery	121,103	118,100	167,106	165,700	-0.8	+40.3
34 Toys and games	199,802	194,485	194,646	223,170	+14.7	+14.7
35 Sporting goods and luggage	138,586	127,607	137,924	148,383	+7.6	+16.3
36 Stationery, books and magazines	139,433	144,200	156,358	167,536	+7.1	+16.2
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	51,032	47,809	55,137	60,014	+8.8	+25.5
38 Meals and lunches(3)	277	440	274	599	+118.6	+36.1
39 Repairs and services	6,178	3,752	3,308	3,251	-1.7	-13.4
40 All other departments	67,801	64,673	58,013	63,401	+9.3	-2.0
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,481,337	3,392,023	3,995,660	4,206,287	+5.3	+24.0

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés						
1986					Change - Variation	
June ^T	July ^T	August ^T	September ^P	September/August 1986	Rayon	
Juin ^T	Juillet ^T	Août ^T	Septembre ^P	Septembre/Août 1986		
thousands of dollars				per cent		N ^o
milliers de dollars				pourcentage		
69,504	63,661	63,114	68,131	+7.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
100,125	89,928	87,053	88,276	+1.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
257,836	249,459	243,797	261,000	+7.1	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
35,057	35,442	35,821	35,044	-2.2	Fourrures	4
112,749	108,914	107,595	113,145	+5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
76,577	71,553	72,898	75,021	+2.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
71,533	69,859	71,283	72,573	+1.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
56,473	55,660	55,869	57,161	+2.3	Sous-vêtements	8
4,114	3,442	3,361	3,627	+7.9	Chapeaux	9
53,723	55,298	53,531	51,647	-3.5	Ras pour dames et fillettes	10
82,703	80,205	78,708	82,552	+4.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
143,386	136,311	147,560	152,446	+3.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
213,030	203,141	211,072	240,344	+13.9	Vêtements pour hommes	13
219,143	218,940	224,105	234,479	+4.6	Articles d'habillement pour hommes	14
62,008	60,187	64,316	66,090	+2.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
99,887	97,676	97,322	95,798	-1.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
41,323	35,661	34,297	41,010	+19.6	Produits alimentaires et connexes(3)	17
316,403	317,978	320,811	330,262	+2.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,842	46,952	49,465	51,993	+5.1	Appareils et fournitures photographiques	19
21,846	16,993	16,852	19,352	+14.8	Tissus à la pièce	20
163,876	161,066	161,274	166,881	+3.5	Literie et linge de maison	21
48,650	46,723	45,725	48,145	+5.3	Menus articles	22
104,828	101,736	99,878	106,704	+6.8	Porcelaine et verrerie	23
74,706	72,365	71,035	80,265	+13.0	Revêtements de plancher	24
74,647	75,460	73,457	78,245	+6.5	Tentures, rideaux et housses	25
57,932	57,784	64,590	66,216	+2.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
179,930	172,982	170,894	175,656	+2.8	Meubles	27
76,422	77,340	78,808	86,418	+9.7	Gros appareils ménagers	28
165,428	168,481	168,897	174,313	+3.2	Téléviseurs, radios et musique	29
191,084	182,708	178,314	189,227	+6.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
149,001	147,450	143,758	162,925	+13.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
32,524	30,675	32,264	35,162	+9.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
182,926	177,881	176,650	183,145	+3.7	Bijouterie	33
194,427	183,485	181,684	186,784	+2.8	Jouets et jeux	34
149,065	146,683	148,836	154,861	+4.0	Articles de sport et valises	35
156,939	151,113	155,830	162,949	+4.6	Papeterie, livres et revues	36
57,439	54,510	58,387	64,121	+9.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
452	433	274	599	+118.6	Repas et casse-croûtes(1)	38
2,559	2,782	3,049	3,295	+8.1	Services et travaux de réparation	39
66,293	61,217	61,320	65,152	+6.2	Tous autres rayons	40
4,177,019	4,051,724	4,024,852	4,366,863	+8.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		August	September	August	September
		Août	Septembre	Août	Septembre
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	2.83	3.02	3.46	3.62
2	Women's and misses' coats and suits	5.07	4.19	6.27	4.60
3	Women's and misses' sportswear	2.51	2.22	3.64	2.94
4	Furs	15.28	10.69	13.54	7.90
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.09	3.10	3.82	3.91
6	Girls' and teenage girls' wear	1.83	3.02	2.58	3.99
7	Lingerie and women's sleepwear	2.93	3.04	4.00	3.65
8	Intimate apparel	3.81	3.20	4.31	3.63
9	Millinery	2.01	2.06	2.89	3.13
10	Women's and girls' hosiery	4.54	3.26	6.11	3.64
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.64	3.93	5.27	4.42
12	Women's, misses' and children's footwear	4.10	3.57	4.84	4.38
13	Men's clothing	5.60	4.39	6.29	5.31
14	Men's furnishings	3.62	3.53	4.19	4.30
15	Boys' clothing and furnishings	1.69	3.83	2.30	4.09
16	Men's and boys' footwear	4.54	4.38	5.52	4.73
17	Food and kindred products	0.52	0.71	0.58	0.73
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.55	4.66	5.33	5.06
19	Photographic equipment and supplies	3.58	4.29	4.03	4.97
20	Piece goods	4.91	4.54	4.73	4.63
21	Linens and domestics	3.78	3.83	4.08	4.26
22	Smallwares and notions	6.49	3.93	6.41	4.79
23	China and glassware	7.94	6.28	9.14	7.99
24	Floor coverings	4.03	3.53	5.38	5.39
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.48	4.26	4.82	4.67
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.25	8.10	9.04	8.75
27	Furniture	3.33	2.84	3.31	3.10
28	Major appliances	1.31	1.21	1.41	1.56
29	Television, radio and music	2.94	2.46	3.67	3.32
30	Housewares and small electrical appliances	4.56	4.88	5.37	5.70
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.30	5.79	4.72	5.84
32	Plumbing, heating and building materials	2.83	2.69	3.14	3.26
33	Jewellery	6.11	5.26	7.45	6.71
34	Toys and games	9.37	9.98	10.16	11.98
35	Sporting goods and luggage	5.53	5.97	5.73	7.51
36	Stationery, books and magazines	3.89	4.33	4.45	5.68
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.80	3.56	4.17	4.67
38	Meals and lunches	0.01	0.02	0.01	0.03
39	Repairs and services	0.55	0.34	0.28	0.25
40	All other departments	1.95	2.36	1.87	2.29
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.42	3.40	3.99	4.01

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	Nº
August	September	August	September		
Août	Septembre	Août	Septembre		
0.35	0.33	0.28	0.29	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.25	0.16	0.23	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.45	0.28	0.35	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.08	0.13	Fourrures	4
0.31	0.31	0.25	0.26	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.32	0.36	0.25	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.34	0.26	0.28	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.29	0.24	0.26	Sous-vêtements	8
0.50	0.55	0.35	0.39	Chapeaux	9
0.24	0.30	0.17	0.26	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.27	0.19	0.25	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.28	0.22	0.23	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.22	0.18	0.19	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.29	0.25	0.25	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.28	0.38	0.26	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.24	0.18	0.21	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	1.50	1.69	1.49	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.19	0.20	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.28	0.22	0.25	0.20	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.22	0.21	0.23	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.24	0.23	Literie et linge de maison	21
0.16	0.23	0.15	0.20	Menus articles	22
0.13	0.16	0.11	0.13	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.27	0.18	0.19	Revêtements de plancher	24
0.22	0.23	0.20	0.22	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.12	0.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.34	0.28	0.33	Meubles	27
0.73	0.80	0.69	0.67	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.38	0.28	0.29	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.20	0.18	0.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.21	0.18	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.33	0.32	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.17	0.19	0.13	0.15	Bijouterie	33
0.11	0.10	0.10	0.09	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.17	0.14	Articles de sport et valises	35
0.25	0.24	0.22	0.18	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.27	0.25	0.22	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	57.36	56.57	44.24	Repas et casse-croûtes	38
1.78	2.22	3.77	3.97	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.41	0.56	0.46	Tous autres rayons	40
0.29	0.28	0.25	0.25	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	

Unadjusted - Non désaisonnalisés

January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327	2,036,258	-2.1	+8.6
August - Août	1,689,630	1,888,520	2,037,768	+0.1	+7.9
September - Septembre	1,746,901	1,952,986	2,078,784	+2.0	+6.4
October - Octobre	1,799,732	2,010,107			
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			

millions of dollars - millions de dollars

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,131.0	+0.8	+11.6
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,137.0	+0.3	+11.1
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,151.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,773.0	1,946.0	2,145.0 ^r	-0.3 ^r	+10.2 ^r
July - Juillet	1,784.0	1,972.0	2,147.0 ^r	+0.1 ^r	+8.9 ^r
August - Août	1,789.0	2,002.0	2,162.0 ^r	+0.7 ^r	+8.0 ^r
September - Septembre	1,804.0	2,019.0	2,160.0 ^p	-0.1 ^p	+7.0 ^p
October - Octobre	1,826.0	2,041.0			
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade Section.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.
- Operating Results - Retail Trade. O. Bil.

A number of publications are available in the Operating Results series.

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.
- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil.

Un nombre de publications de la série des Résultats de l'exploitation est également disponible.

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

Department store sales and stocks

October 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1986

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913

Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011
--	-----------------------

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinque et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011
--	-----------------------------------

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

October 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1987

February 1987
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1986

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1987

Février 1987
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paie ment en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v

Explanatory Notes	vi
-------------------	----

Text Tables

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii

Highlights	ix
------------	----

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xiii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xiv
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xiv

Tables

1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v

Notes explicatives	vi
--------------------	----

Tableaux explicatifs

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii

Points saillants	ix
------------------	----

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	xii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	xii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xiii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xiv
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xiv

Tableaux

1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tables	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

	Page
Tableaux	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality: that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the most two recent months for the current year, and those for the corresponding months for the previous year on the sales and stocks, by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées: on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes: à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions: autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. It also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - October

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Octobre

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	93.8	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	81.3	85.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	62.5	63.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	97.3

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- o Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales totalled \$1,062 million in October 1986, a substantial increase of 2.2% over the previous month's revised total of \$1,039 million. The increase in October followed declines in August (-0.2%) and September (-0.8%). Higher sales were recorded in 26 of the 40 departments.
- o Notwithstanding the increase in October, for the first ten months of 1986, department store sales have fluctuated significantly while showing little overall growth.
- o Seasonally adjusted, department store stocks (at selling value) totalled \$4,248 million at the end of October, down 1.9% over the September 1986 revised value of \$4,330 million. This decline followed a decrease of 0.3% in August and an increase of 6.8% in September.
- o The inventories to sales ratio stood at 4.00:1 in October 1986, up marginally from the average ratio of 3.96:1 observed in the first nine months of the year.

Unadjusted Data

- o Department stores in Canada reported sales totalling \$1,084 million in October 1986, up 5.1% over the October 1985 level of \$1,032 million. Cumulative sales for the period January to October 1986 totalled \$9,366 million, up 5.9% over the corresponding period in 1985.

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- o L'estimation des ventes des grands magasins, corrigée en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a enregistré une augmentation substantielle de 2.2% en octobre 1986 - par rapport à l'estimation révisée de septembre 1986 (\$1,039 millions) - pour totaliser \$1,062 millions. L'augmentation d'octobre fait suite à des reculs en août (-0.2%) et en septembre (-0.8%). Des augmentations dans les ventes ont été enregistrées dans 26 des 40 rayons.
- o Malgré l'augmentation observée en octobre, les ventes des grands magasins ont fluctué significativement au cours des 10 premiers mois de 1986, alors qu'une croissance mineure a été rapportée au niveau global.
- o La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une baisse de 1.9% par rapport au mois précédent (\$4,330 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin d'octobre à \$4,248 millions. Ce déclin fait suite à une diminution de 0.3% en août et à une augmentation de 6.8% en Septembre.
- o Le rapport du total des stocks possédés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 4.00:1 en octobre 1986, une hausse marginale en comparaison du rapport moyen de 3.96:1 observé au cours des neuf premiers mois de l'année.

Données non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$1,084 millions en octobre 1986, soit 5.1% de plus que le niveau de \$1,032 millions observé en octobre 1985. Les ventes cumulatives, pour la période de janvier à octobre 1986, se sont chiffrées à \$9,366 millions, en hausse de 5.9% par rapport à la période correspondante en 1985.

o With the exception of Alberta, which recorded a decrease of 2.4% from the corresponding month a year earlier, all provinces reported higher sales. Increases ranged from 11.9% in Nova Scotia to 3.1% in British Columbia. Sales rose in eight of the 10 metropolitan areas surveyed.

o Sales by major department stores in October 1986 reached \$667 million, up 3.4% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$417 million, up 7.9% over the same period last year.

o In October 1986, there were 788 retail locations operated by department store organizations, nine less than in October 1985. Of this total, 311 locations were operated by major department store organizations and 477 by junior department store organizations.

o In October 1986, total department store sales accounted for 8.9% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 9.2% share held in October 1985.

o Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,886 million, up 14.1% over the level reached in October 1985.

o The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in October 1986 amounted to \$2,132 million, up 6.1% from the \$2,010 million recorded in October 1985.

o À l'exception de l'Alberta qui a indiqué une baisse des ventes (-2.4%) en octobre 1986 par rapport au mois correspondant de l'année dernière, toutes les provinces ont signalé des hausses de ventes. Les augmentations s'échelonnent de 11.9% en Nouvelle-Écosse à 3.1% en Colombie-Britannique. Les ventes ont augmenté dans huit des 10 régions métropolitaines couvertes par l'enquête.

o Les ventes des grands magasins traditionnels, en octobre 1986, se sont chiffrées à \$667 millions, soit une hausse de 3.4% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$417 millions, ce qui représente un gain de 7.9% en regard du mois d'octobre de l'année dernière.

o En octobre 1986, on a dénombré un total de 788 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit neuf de moins qu'en octobre 1985. De ce total, 311 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 477 par les organisations des grands magasins populaires.

o Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elle seules, 8.9% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en octobre 1986, soit une légère diminution par rapport à la part de 9.2% détenue en octobre 1985.

o La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,886 millions, soit une hausse de 14.1% par rapport au niveau atteint en octobre 1985.

o La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,132 millions en octobre 1986, soit 6.1% de plus que l'estimation enregistrée en octobre 1985 (\$2,010 millions).

CHARTS

GRAPHIQUES

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

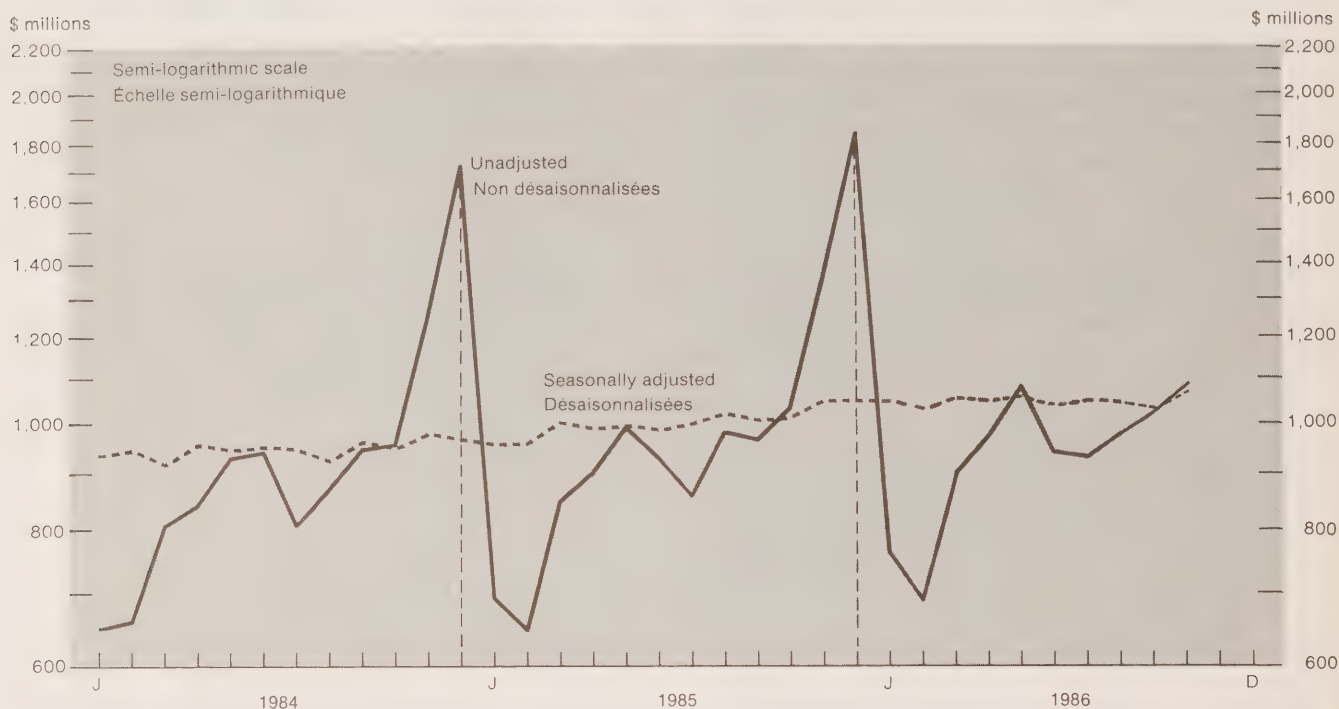
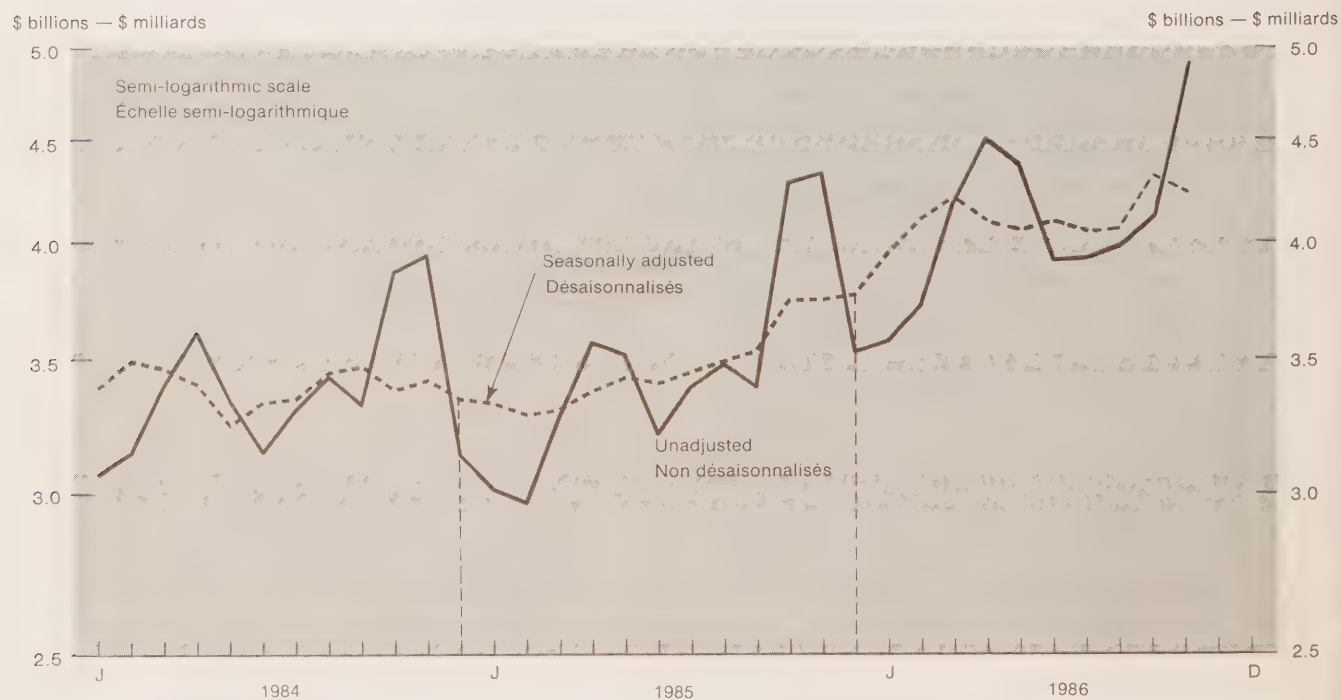


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

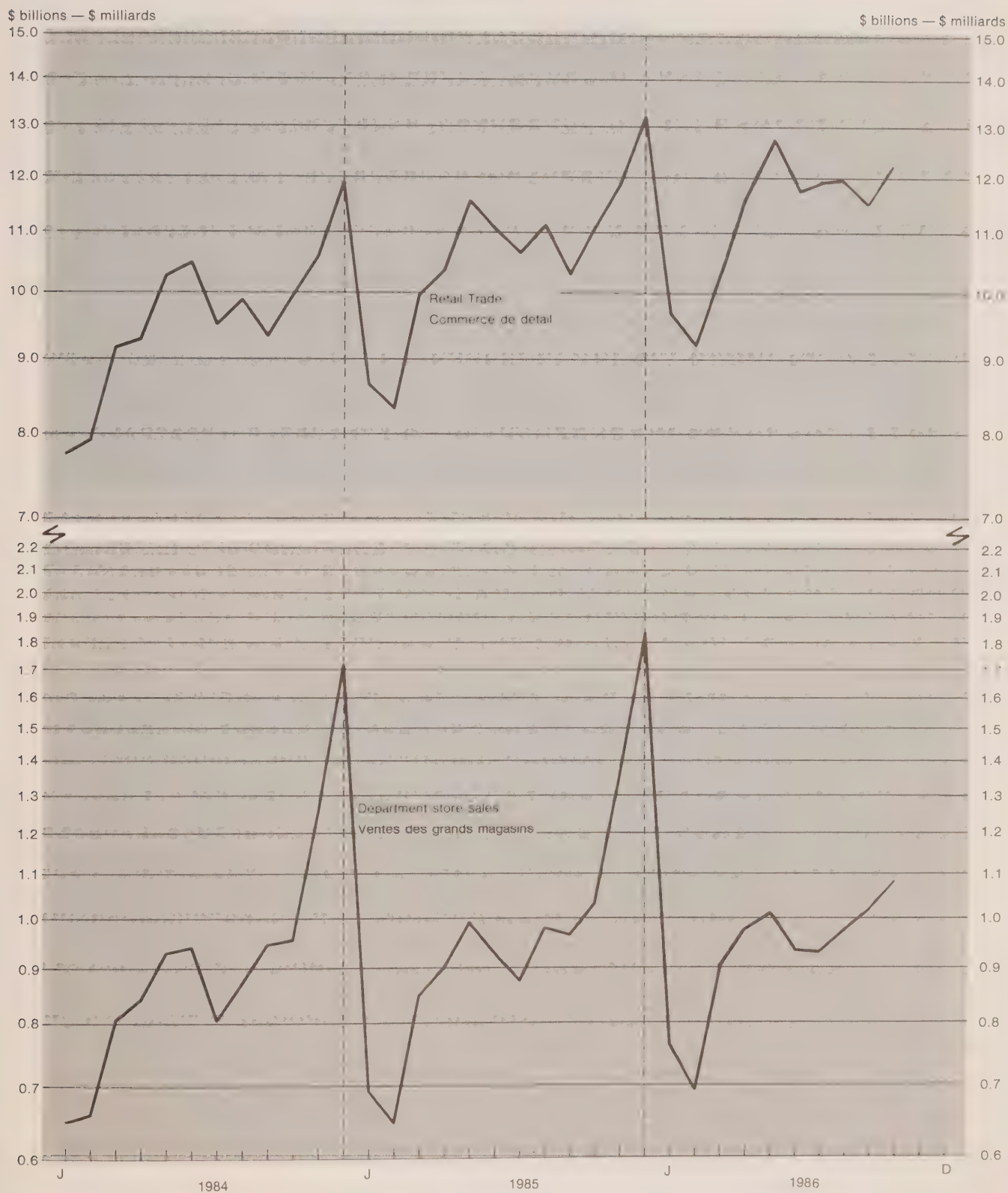


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

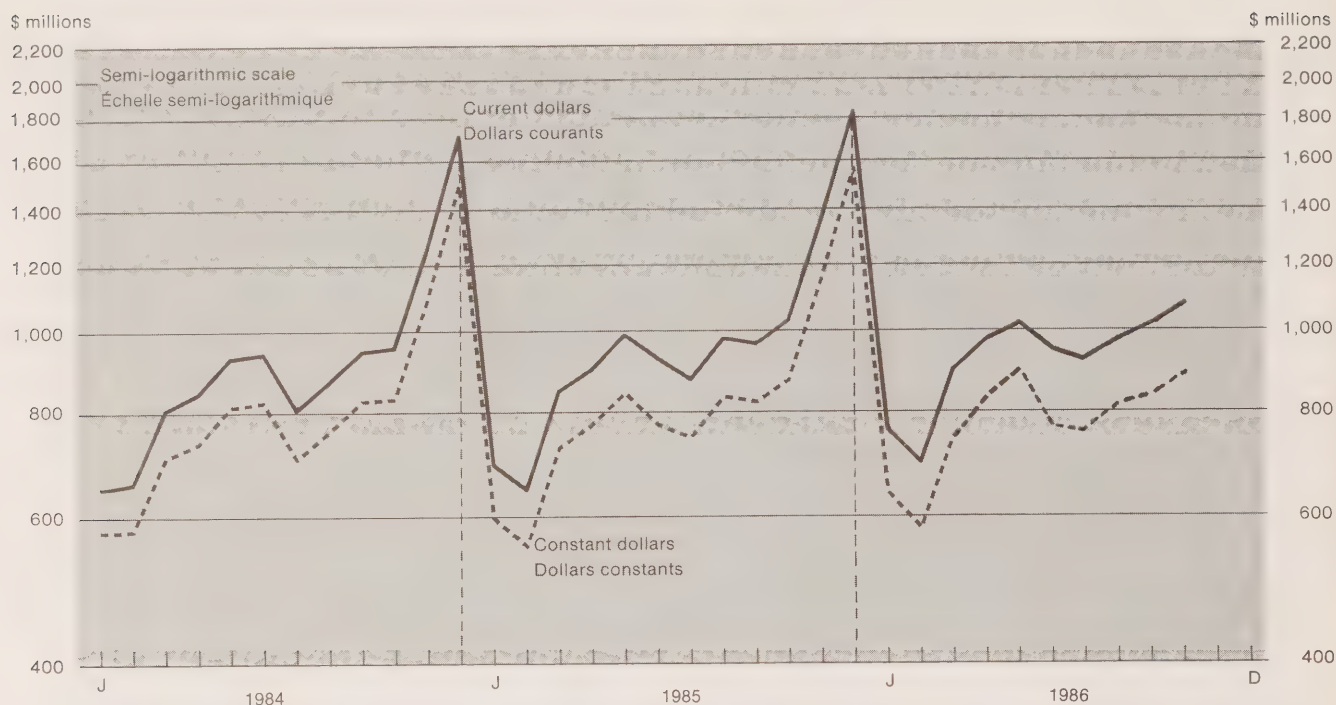
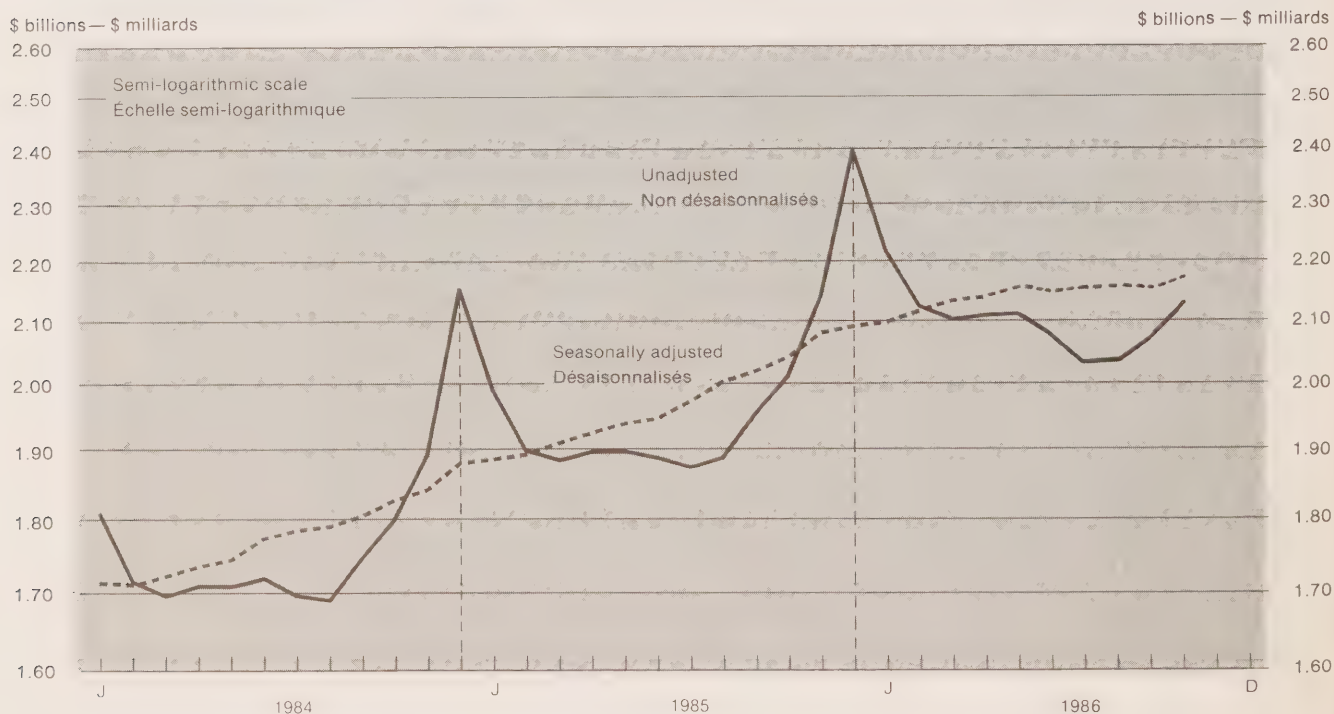


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées					Rayon	N ^o
1986				Change Variation		
July ^T	August ^T	September ^T	October ^P	October/ September 1986		
Juillet ^T	Août ^T	Septembre ^T	Octobre ^P	Octobre/ Septembre 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
17,442	17,453	18,183	17,959	-1.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
17,790	18,010	18,851	19,317	+2.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
69,453	67,309	68,880	71,483	+3.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5,200	4,796	4,835	4,175	-13.6	Fourrures	4
27,271	26,423	27,345	26,753	-2.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
19,097	18,634	18,236	18,302	+0.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
21,370	21,635	20,918	20,483	-2.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,960	12,812	12,406	12,646	+1.9	Sous-vêtements	8
1,540	1,404	1,375	1,449	+5.4	Chapeaux	9
12,223	11,939	11,996	12,463	+3.9	Bas pour dames et fillettes	10
18,953	19,139	19,014	19,546	+2.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
29,703	30,752	28,233	29,029	+2.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
45,960	45,971	45,953	48,431	+5.4	Vêtements pour hommes	13
58,196	61,869	59,861	62,187	+3.9	Articles d'habillement pour hommes	14
16,188	16,339	16,436	16,452	+0.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,715	18,988	18,701	19,163	+2.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,512	61,981	63,869	62,805	-1.7	Produits alimentaires et connexes	17
64,482	64,761	65,966	65,656	-0.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
11,817	11,619	11,220	11,353	+1.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,466	3,519	3,607	3,576	-0.9	Tissus à la pièce	20
33,502	34,795	32,363	34,839	+7.7	Literie et linde de maison	21
8,201	8,425	7,721	7,699	-0.3	Menus articles	22
14,503	14,658	13,990	14,053	+0.5	Porcelaine et verrerie	23
14,680	14,360	13,803	14,148	+2.5	Revêtements de plancher	24
15,624	15,527	15,575	15,787	+1.4	Tentes, rideaux et housses	25
8,978	8,676	8,483	8,852	+4.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
52,964	52,067	52,378	54,381	+3.8	Meubles	27
48,801	49,712	48,016	51,199	+6.6	Gros appareils ménagers	28
43,180	44,631	42,242	41,474	-1.8	Téléviseurs, radios et musique	29
36,546	36,234	36,013	36,146	+0.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
31,608	32,579	32,079	31,915	-0.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,403	10,340	10,577	10,099	-4.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
28,877	29,050	28,278	29,021	+2.6	Rijouterie	33
28,693	28,043	27,842	27,355	-1.7	Jouets et jeux	34
26,228	26,646	24,782	26,474	+6.8	Articles de sport et valises	35
32,866	32,634	29,596	31,325	+12.6	Papeterie, livres et revues	36
13,818	14,081	14,680	14,155	-3.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,782	20,645	20,309	20,317	-	Repas et casse-croûtes	38
14,180	13,778	13,794	13,865	+0.5	Services et travaux de réparation	39
33,813	34,246	33,428	35,043	+4.8	Tous autres rayons	40
1,049,033	1,046,975	1,039,109	1,062,060	+2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 September	626,857	x	x	10,693	x	105,573
October	645,007	x	x	11,856	x	116,977
January-October ^F	5,486,473	x	x	96,068	x	954,932
1986 September	656,303	x	x	11,482	x	114,567
October	666,752	x	x	12,646	x	123,078
January-October	5,753,191	x	x	99,379	x	996,685
Percentage change						
October 1986/1985	+3.4	x	x	+6.7	x	+5.2
January-October 1986/1985	+4.9	x	x	+3.4	x	+4.4
Junior department stores						
1985 September	337,985	x	x	18,446	x	73,933
October	386,646	x	x	21,691	x	83,507
January-October ^F	3,358,757	x	x	182,711	x	741,154
1986 September	364,398	x	x	20,301	x	79,780
October	417,301	x	x	24,895	x	88,818
January-October	3,612,792	x	x	192,653	x	794,541
Percentage change						
October 1986/1985	+7.9	x	x	+14.8	x	+6.4
January-October 1986/1985	+7.6	x	x	+5.4	x	+7.2
Total, all department stores						
1985 September	964,843	11,290	5,012	29,139	19,570	179,505
October	1,031,653	13,196	5,701	33,547	21,996	200,483
January-October ^F	8,845,230	106,386	52,937	278,779	187,983	1,696,084
1986 September	1,020,701	11,904	5,382	31,783	20,265	194,347
October	1,084,053	13,871	6,153	37,541	24,145	211,896
January-October	9,365,980	109,974	52,740	292,031	193,647	1,791,227
Percentage change						
October 1986/1985	+5.1	+5.1	+7.9	+11.9	+9.8	+5.7
January-October 1986/1985	+5.9	+3.4	-0.4	+4.8	+3.0	+5.6

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
222,536	35,158	x	101,277	120,883	1985 Septembre
236,110	32,074	x	100,170	117,901	Octobre
1,928,285	293,584	x	879,299	1,069,663	Janvier-octobre ^F
242,976	33,544	x	98,102	126,351	1986 Septembre
251,730	33,894	x	94,112	119,791	Octobre
2,090,474	293,512	x	896,616	1,115,564	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+6.6	+5.7	x	-6.0	+1.6	Octobre 1986/1985
+8.4	--	x	+2.0	+4.3	Janvier-octobre 1986/1985
Grands magasins populaires					
128,454	15,476	x	33,523	32,489	1985 Septembre
151,038	18,255	x	35,162	35,491	Octobre
1,294,768	164,132	x	311,131	301,116	Janvier-octobre ^F
141,614	16,868	x	33,028	34,086	1986 Septembre
163,306	18,977	x	37,970	38,316	Octobre
1,408,293	171,124	x	327,893	337,704	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+8.1	+4.0	x	+8.0	+8.0	Octobre 1986/1985
+8.8	+4.3	x	+5.4	+12.2	Janvier-octobre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
350,990	50,634	30,531	134,799	153,372	1985 Septembre
387,148	50,329	30,529	135,332	153,392	Octobre
3,223,053	457,717	281,082	1,190,430	1,370,779	Janvier-octobre ^F
384,589	50,412	30,451	131,130	160,437	1986 Septembre
415,035	52,871	32,352	132,082	158,107	Octobre
3,498,764	464,637	285,182	1,224,511	1,453,268	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+7.2	+5.1	+6.0	-2.4	+3.1	Octobre 1986/1985
+8.6	+1.5	+1.5	+2.9	+6.0	Janvier-octobre 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 September	40,637	46,285	x	20,050	73,677
October	39,969	45,942	x	20,584	81,179
January-October ^F	351,225	401,330	x	171,754	652,217
1986 September	39,312	45,410	x	20,522	81,958
October	36,913	42,497	x	22,115	87,019
January-October	357,776	413,128	x	181,030	689,488
Percentage change					
October 1986/1985	-7.6	-7.5	x	+7.4	+7.2
January-October 1986/1985	+1.9	+2.9	x	+5.4	+5.7
Junior department stores					
1985 September	11,411	14,235	x	6,512	34,339
October	12,037	14,705	x	7,831	38,489
January-October ^F	107,001	131,897	x	64,680	348,500
1986 September	10,939	13,776	x	6,310	36,461
October	12,246	15,821	x	7,381	40,332
January-October	110,756	136,578	x	68,817	365,638
Percentage change					
October 1986/1985	+1.7	+7.6	x	-5.7	+4.8
January-October 1986/1985	+3.5	+3.5	x	+6.4	+4.9
Total, all department stores					
1985 September	52,048	60,521	16,888	26,562	108,016
October	52,006	60,647	19,767	28,416	119,668
January-October ^F	458,224	533,226	158,297	236,436	1,000,719
1986 September	50,251	59,187	18,506	26,832	118,419
October	49,159	58,317	21,840	29,496	127,351
January-September	468,530	549,704	166,330	249,849	1,055,127
Percentage change					
October 1986/1985	-5.5	-3.8	+10.5	+3.8	+6.4
January-October 1986/1985	+2.2	+3.1	+5.1	+5.7	+5.4

TABEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
27,610	x	110,797	81,316	x	1985 Septembre
28,242	x	116,992	78,719	x	Octobre
239,464	x	937,298	702,692	x	Janvier-octobre ^r
27,208	x	124,391	86,210	x	1986 Septembre
29,213	x	126,164	81,171	x	Octobre
244,755	x	1,041,012	754,578	x	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+3.4	x	+7.8	+3.1	x	Octobre 1986/1985
+2.2	x	+11.1	+7.4	x	Janvier-octobre 1986/1985
Grands magasins populaires					
15,284	x	35,789	11,687	x	1985 Septembre
17,122	x	42,337	12,746	x	Octobre
151,089	x	358,978	111,827	x	Janvier-octobre ^r
17,297	x	39,411	11,973	x	1986 Septembre
19,685	x	45,794	13,771	x	Octobre
166,398	x	395,249	121,688	x	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+15.0	x	+8.2	+8.0	x	Octobre 1986/1985
+10.1	x	+10.1	+8.8	x	Janvier-octobre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
42,893	25,481	146,586	93,003	45,929	1985 Septembre
45,364	27,125	159,329	91,465	45,427	Octobre
390,550	236,597	1,296,278	814,517	413,594	Janvier-octobre ^r
44,505	25,876	163,801	98,183	45,468	1986 Septembre
48,898	28,939	171,957	94,941	47,547	Octobre
411,150	248,017	1,436,261	876,266	418,234	Janvier-octobre
Variation procentuelle					
+7.8	+6.7	+7.9	+3.8	+4.7	Octobre 1986/1985
+5.3	+4.8	+10.8	+7.6	+1.1	Janvier-octobre 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
number - nombre						
Major department stores						
1985 September	319	6	3	7	4	54
October	317	6	1	7	4	54
1986 September	311	5	1	7	4	50
October	311	5	1	7	5	50
Junior department stores						
1985 September	481	8	4	27	22	109
October	481	8	4	27	22	109
1986 September	478	8	4	27	22	105
October	477	8	4	28	22	105
Total, all department stores						
1985 September	800	14	7	34	26	163
October	798	14	5	34	26	163
1986 September	789	13	5	34	26	155
October	788	13	5	35	27	155

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 September	14	19	6	14	30
October	14	19	6	14	30
1986 September	14	19	6	14	30
October	14	19	6	14	30
Junior department stores					
1985 September	12	15	9	11	45
October	12	15	9	11	45
1986 September	12	15	9	9	43
October	12	15	10	9	43
Total, all department stores					
1985 September	26	34	15	25	75
October	26	34	15	25	75
1986 September	26	34	15	23	73
October	26	34	16	23	73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
116	17	15	45	52	1985 Septembre
116	17	15	45	52	Octobre
117	17	13	45	52	1986 Septembre
117	16	13	45	52	Octobre
Grands magasins populaires					
188	21	17	36	49	1985 Septembre
188	21	17	36	49	Octobre
188	22	17	36	49	1986 Septembre
188	21	17	36	48	Octobre
Ensemble des grands magasins					
304	38	32	81	101	1985 Septembre
304	38	32	81	101	Octobre
305	39	30	81	101	1986 Septembre
305	37	30	81	100	Octobre

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	46	27	13	1985 Septembre
12	8	46	27	13	Octobre
12	8	46	27	13	1986 Septembre
12	8	46	27	12	Octobre
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Septembre
20	14	48	15	17	Octobre
21	14	48	15	18	1986 Septembre
21	14	48	14	17	Octobre
Ensemble des grands magasins					
32	22	94	42	30	1985 Septembre
32	22	94	42	30	Octobre
33	22	94	42	31	1986 Septembre
33	22	94	41	29	Octobre

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.9
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet	927,639	100.0	563,679	60.8	363,960	39.2
August - Août	975,532	100.0	581,028	59.6	394,503	40.4
September - Septembre	1,020,701	100.0	656,303	64.3	364,398	35.7
October - Octobre	1,084,053	100.0	666,752	61.5	417,301	38.5
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
October

TABLEAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Octobre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	7.0	6.7	6.7	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.7	12.3	12.4	+0.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	9.0	8.6	8.9	+3.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	8.1	7.9	-2.5
Québec	7.3	7.2	6.9	-4.2
Ontario	9.3	9.1	8.7	-4.4
Manitoba	12.6	11.3	11.1	-1.8
Saskatchewan	8.1	7.6	7.4	-2.6
Alberta	12.4	11.6	11.0	-5.2
British Columbia - Colombie-Britannique	13.6	12.7	12.1	-4.7
CANADA	9.6	9.2	8.9	-3.3
Montréal	9.2	9.1	9.0	-1.1
Toronto	10.3	10.2	9.6	-5.9
Winnipeg	17.5	15.4	15.1	-1.9
Vancouver	15.9	14.9	14.0	-6.0

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-October

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-octobre

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1986/1985
	1985 ¹	1986	Variation 1986/1985
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	167,946	169,876	+1.1
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	155,334	163,129	+5.0
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	563,818	656,336	+16.4
4 Furs - Fourrures	26,094	29,205	+11.9
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	235,459	255,653	+8.6
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	164,398	171,637	+4.4
7 Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	161,607	168,372	+4.2
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	111,414	119,104	+6.9
9 Millinery - Chapeaux	13,791	10,971	-20.4
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	99,404	108,848	+9.5
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	139,107	147,262	+5.9
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	244,754	277,221	+13.3
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	353,179	383,491	+8.6
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	415,430	472,913	+13.8
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	129,596	145,625	+12.4
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	157,319	169,395	+7.7
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	574,530	591,480	+3.0
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	505,665	547,823	+8.3
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	106,168	100,730	-5.1
20 Piece goods - Tissus à la pièce	35,504	35,400	-0.3
21 Linens and domestics - Literie et linde de maison	288,955	312,823	+8.3
22 Smallwares and notions - Menus articles	82,211	73,104	-11.1
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	103,219	111,969	+8.5
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	127,072	143,540	+13.0
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	142,229	153,068	+7.6
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	68,983	73,671	+6.8
27 Furniture - Meubles	477,201	526,017	+10.2
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	452,715	477,358	+5.4
29 Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	371,045	373,491	+0.7
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	308,662	309,065	+0.1
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	306,076	304,436	-0.5
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	91,749	98,954	+7.9
33 Jewellery - Bijouterie	186,318	215,931	+15.9
34 Toys and games - Jouets et jeux	194,832	186,707	-4.2
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	244,436	238,730	-2.3
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	259,757	269,631	+3.8
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	139,220	132,472	-4.8
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	207,549	194,548	-6.3
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	113,143	128,089	+13.2
40 All other departments - Tous autres rayons	319,341	317,905	-0.4
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,845,230	9,365,980	+5.9

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,976	+0.5
July - Juillet	121.2	927,639	+5.9	765,258	+2.7
August - Août	121.5	975,532	-0.5	803,008	-3.7
September - Septembre	121.5	1,020,701	+5.8	839,758	+2.2
October - Octobre	121.9	1,084,053	+5.1	889,000	+1.6
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Income and Expenditure Accounts Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des comptes des revenus et des dépenses de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971 constant dollar series has been terminated with the February 1986 report and do not incorporate the latest information. Constant dollar estimates are now available on the 1981 = 100 basis. Constant dollar estimates on the 1981 basis, prior to January 1984 are available upon request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986 et n'incorpore pas l'information la plus récente. Les estimations, en dollars constants, sont maintenant disponibles sur la base de 1981 = 100. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1985		1986		Change - Variation	
		September	October	September	October	October/September 1986	October 1986/1985
		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre	Octobre/Septembre 1986	Octobre 1986/1985
		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,641	69,819	64,224	74,182	+15.5	+6.2
2	Women's and misses' coats and suits	90,837	108,353	113,182	126,528	+11.8	+16.8
3	Women's and misses' sportswear	153,876	192,304	243,020	257,215	+5.8	+33.8
4	Furs	42,135	44,681	40,796	50,155	+22.9	+12.3
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	80,233	111,554	112,805	126,488	+12.1	+13.4
6	Girls' and teenage girls' wear	51,635	62,551	75,632	80,755	+6.8	+29.1
7	Lingerie and women's sleepwear	50,512	76,629	67,246	86,598	+28.8	+13.0
8	Intimate apparel	40,634	52,280	49,224	60,145	+22.2	+15.0
9	Millinery	2,964	5,017	3,652	4,465	+22.3	-11.0
10	Women's and girls' hosiery	39,576	42,045	49,250	51,307	+4.2	+22.0
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	68,465	99,856	82,926	105,948	+27.8	+6.1
12	Women's, misses' and children's footwear	110,052	125,431	150,504	163,676	+8.8	+30.5
13	Men's clothing	188,030	228,411	252,313	282,529	+12.0	+23.7
14	Men's furnishings	168,183	218,422	236,535	284,458	+20.3	+30.2
15	Boys' clothing and furnishings	49,453	70,998	63,644	79,100	+24.3	+11.4
16	Men's and boys' footwear	79,976	96,847	93,300		+17.1	+12.8
17	Food and kindred products(3)	37,354	46,743	41,010	109,224	+31.5	+15.3
18	Toiletries, cosmetics and drugs	233,731	360,592	294,546	53,910	+32.1	+7.9
19	Photographic equipment and supplies	44,255	60,661	48,773	388,969	+23.5	-0.7
20	Piece goods	17,663	23,369	19,231	60,228	+21.5	--
					23,358		
21	Linens and domestics	128,387	149,149	146,642	172,309	+17.5	+15.5
22	Smallwares and notions	40,914	49,836	44,732	49,976	+11.7	+0.3
23	China and glassware	78,364	87,978	99,338	108,825	+9.6	+23.7
24	Floor coverings	50,390	57,981	73,564	74,496	+1.3	+28.5
25	Draperies, curtains and furniture coverings	64,527	71,909	75,017	76,694	+2.2	+6.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	65,483	78,814	67,864	79,208	+16.7	+0.5
27	Furniture	142,538	163,966	162,553	168,799	+3.8	+2.9
28	Major appliances	60,490	73,798	76,989	76,855	-0.2	+4.1
29	Television, radio and music	121,105	155,783	157,771	202,993	+28.7	+30.3
30	Housewares and small electrical appliances	162,028	188,367	182,259	210,212	+15.3	+11.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	152,176	185,816	152,681	169,696	+11.1	-8.7
32	Plumbing, heating and building materials	24,350	28,388	33,010	34,655	+5.0	+22.1
33	Jewellery	118,100	163,471	165,700	200,215	+20.8	+22.5
34	Toys and games	194,485	259,909	223,170	270,195	+21.1	+4.0
35	Sporting goods and luggage	127,607	167,881	148,383	178,532	+20.3	+6.3
36	Stationery, books and magazines	144,200	160,725	167,536	194,231	+15.9	+20.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	47,809	63,086	60,014	64,949	+8.2	+3.0
38	Meals and lunches(3)	440	268	599	557	-7.0	+107.8
39	Repairs and services	3,752	2,586	3,251	3,606	+10.9	+39.4
40	All other departments	64,673	77,826	63,401	80,252	+26.6	+3.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,392,023	4,284,100	4,206,287	4,886,493	+16.2	+14.1

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés					Rayon	Nº
1986				Change - Variation		
July ^F	August ^F	September ^F	October ^D	October/September 1986		
Juillet ^F	Août ^F	Septembre ^F	Octobre ^D	Octobre/Septembre 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
63,404	62,647	67,198	63,460	-5.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
89,924	87,032	88,295	89,206	+1.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
247,293	245,204	251,891	244,073	-3.1	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
35,529	35,976	35,292	37,420	+6.0	Fourrures	4
108,596	107,227	112,410	108,047	-3.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
71,378	72,653	74,233	72,165	-2.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
69,380	70,568	71,768	69,415	-3.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
55,564	55,746	57,012	56,185	-1.5	Sous-vêtements	8
3,448	3,380	3,663	3,278	-10.5	Chapeaux	9
54,847	52,927	51,192	50,145	-2.0	Bas pour dames et fillettes	10
79,840	78,267	81,974	80,432	-1.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
136,319	147,499	152,394	152,203	-0.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
208,600	211,547	239,847	228,347	-4.8	Vêtements pour hommes	13
218,299	223,274	233,472	231,041	-1.0	Articles d'habillement pour hommes	14
59,972	63,633	65,343	63,608	-2.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
97,482	97,066	95,565	94,839	-0.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
35,661	34,297	41,010	53,910	+31.5	Produits alimentaires et connexes(3)	17
316,485	319,166	325,677	324,830	-0.3	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
46,881	49,348	51,865	49,928	-3.7	Appareils et fournitures photographiques	19
17,063	16,895	19,502	18,999	-2.6	Tissus à la pièce	20
161,375	161,791	167,752	173,731	+3.6	Literie et linge de maison	21
46,735	45,755	48,156	47,812	-0.7	Menus articles	22
101,804	100,001	106,993	106,095	-0.8	Porcelaine et verrerie	23
72,066	71,561	81,257	76,621	-5.7	Revêtements de plancher	24
75,324	73,285	78,011	74,897	-4.0	Tentures, rideaux et housses	25
57,843	64,712	66,432	66,163	-0.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
172,881	170,452	175,059	163,875	-6.4	Meubles	27
76,413	77,739	87,688	75,001	-14.5	Gros appareils ménagers	28
169,156	171,559	178,170	183,325	+2.9	Téléviseurs, radios et musique	29
183,418	178,236	190,559	195,400	+2.5	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
147,407	143,693	162,938	153,292	-5.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
30,717	32,330	35,239	34,292	-2.7	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
176,801	175,799	181,797	177,085	-2.6	Bijouterie	33
182,322	179,924	185,145	173,353	-6.4	Jouets et jeux	34
146,026	147,851	156,161	149,696	-4.1	Articles de sport et valises	35
151,460	156,793	164,367	170,628	+3.8	Papeterie, livres et revues	36
54,463	58,271	64,036	59,519	-7.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
433	274	599	557	-7.0	Repas et casse-croûtes(3)	38
2,788	3,059	3,331	3,564	+7.0	Services et travaux de réparation	39
61,251	61,609	65,214	64,006	-1.9	Tous autres rayons	40
4,065,752	4,052,824	4,329,677	4,247,656	-1.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		September	October	September	October
		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.02	3.83	3.62	4.17
2	Women's and misses' coats and suits	4.19	3.88	4.60	4.04
3	Women's and misses' sportswear	2.22	2.85	2.94	3.40
4	Furs	10.69	7.46	7.90	8.31
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.10	3.87	3.91	4.32
6	Girls' and teenage girls' wear	3.02	3.74	3.99	4.81
7	Lingerie and women's sleepwear	3.04	4.11	3.65	4.45
8	Intimate apparel	3.20	4.71	3.63	5.07
9	Millinery	2.06	2.23	3.13	2.23
10	Women's and girls' hosiery	3.26	3.50	3.64	3.64
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.93	4.89	4.42	4.83
12	Women's, misses' and children's footwear	3.57	4.02	4.38	4.79
13	Men's clothing	4.39	5.24	5.31	5.58
14	Men's furnishings	3.53	4.60	4.30	4.99
15	Boys' clothing and furnishings	3.83	4.97	4.09	4.97
16	Men's and boys' footwear	4.38	5.54	4.73	5.62
17	Food and kindred products	0.71	0.79	0.73	0.89
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.66	6.18	5.06	6.26
19	Photographic equipment and supplies	4.29	5.52	4.97	5.93
20	Piece goods	4.54	5.53	4.63	5.39
21	Linens and domestics	3.83	4.58	4.26	4.93
22	Smallwares and notions	3.93	5.45	4.79	5.98
23	China and glassware	6.28	8.29	7.99	9.11
24	Floor coverings	3.53	3.41	5.39	4.47
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.26	4.31	4.67	4.47
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.10	8.70	8.75	8.67
27	Furniture	2.84	2.83	3.10	2.79
28	Major appliances	1.21	1.34	1.56	1.34
29	Television, radio and music	2.46	3.46	3.32	4.79
30	Housewares and small electrical appliances	4.88	5.14	5.70	5.83
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.79	5.86	5.84	5.58
32	Plumbing, heating and building materials	2.69	2.65	3.26	3.12
33	Jewellery	5.26	7.86	6.71	8.52
34	Toys and games	9.98	8.45	11.98	9.32
35	Sporting goods and luggage	5.97	8.06	7.51	8.63
36	Stationery, books and magazines	4.33	6.76	5.68	6.98
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.56	3.18	4.67	3.69
38	Meals and lunches	0.02	0.01	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.34	0.19	0.25	0.24
40	All other departments	2.36	2.50	2.29	2.43
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.40	4.03	4.01	4.40

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks				Rayon	NO
1985		1986			
September	October	September	October		
Septembre	Octobre	Septembre	Octobre		
0.33	0.30	0.29	0.26	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.25	0.28	0.23	0.26	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.45	0.39	0.35	0.30	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.14	0.13	0.13	Fourrures	4
0.31	0.30	0.26	0.24	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.32	0.29	0.25	0.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.29	0.28	0.25	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.29	0.24	0.26	0.22	Sous-vêtements	8
0.55	0.56	0.39	0.49	Chapeaux	9
0.30	0.29	0.26	0.28	Bas pour dames et fillettes	10
0.27	0.24	0.25	0.23	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.28	0.26	0.23	0.22	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.22	0.21	0.19	0.19	Vêtements pour hommes	13
0.29	0.25	0.25	0.22	Articles d'habillement pour hommes	14
0.28	0.24	0.26	0.22	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.24	0.20	0.21	0.19	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.50	1.40	1.49	1.28	Produits alimentaires et connexes	17
0.21	0.20	0.20	0.18	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.22	0.21	0.20	0.19	Appareils et fournitures photographiques	19
0.22	0.21	0.23	0.20	Tissus à la pièce	20
0.26	0.23	0.23	0.22	Literie et linge de maison	21
0.23	0.20	0.20	0.18	Menus articles	22
0.16	0.13	0.13	0.11	Porcelaine et verrerie	23
0.27	0.31	0.19	0.22	Revêtements de plancher	24
0.23	0.24	0.22	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.13	0.12	0.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.34	0.38	0.33	0.37	Meubles	27
0.80	0.82	0.67	0.74	Gros appareils ménagers	28
0.38	0.33	0.29	0.23	Téléviseurs, radios et musique	29
0.20	0.21	0.18	0.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.17	0.19	0.18	0.19	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.36	0.41	0.32	0.33	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.19	0.15	0.15	0.13	Bijouterie	33
0.10	0.14	0.09	0.12	Jouets et jeux	34
0.16	0.14	0.14	0.13	Articles de sport et valises	35
0.24	0.16	0.18	0.15	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.36	0.22	0.28	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
57.36	64.19	44.24	35.88	Repas et casse-croûtes	38
2.22	4.23	3.97	4.41	Services et travaux de réparation	39
0.41	0.44	0.46	0.46	Tous autres rayons	40
0.28	0.27	0.25	0.24	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLER 12. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage		
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327	2,036,258	-2.1	+8.6
August - Août	1,689,630	1,888,520	2,037,768	+0.1	+7.9
September - Septembre	1,746,901	1,952,986	2,078,784	+2.0	+6.4
October - Octobre	1,799,732	2,010,107	2,131,900 ^P	+2.6 ^P	+6.1 ^P
November - Novembre	1,892,038	2,138,267			
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			
millions of dollars - millions de dollars					

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,131.0	+0.8	+11.6
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,135.0 ^r	+0.2 ^r	+11.0 ^r
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,149.0 ^r	+0.7 ^r	+10.9 ^r
June - Juin	1,773.0	1,946.0	2,145.0	-0.2 ^r	+10.2
July - Juillet	1,784.0	1,972.0	2,147.0 ^r	+0.1 ^r	+8.9 ^r
August - Août	1,789.0	2,002.0	2,161.0 ^r	+0.7 ^r	+7.9 ^r
September - Septembre	1,804.0	2,019.0	2,159.0 ^r	-0.1 ^r	+6.9 ^r
October - Octobre	1,826.0	2,041.0	2,171.0 ^p	+0.6 ^p	+6.4 ^p
November - Novembre	1,841.0	2,080.0			
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Retail Trade Section, Industry Division.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, Other Countries \$11.50.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.

Série des résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, Autres pays \$11.50.

Department store sales and stocks

November 1986

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-7164
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-7164
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

November 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1987

March 1987
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1986

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1987

Mars 1987
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Explanatory Notes	vi
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii
Highlights	ix
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xi
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xi
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xiii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4
3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Notes explicatives	vi
Tableaux explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii
Points saillants	ix
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	xi
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	xi
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xiii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks **related to the way data are gathered** apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The **revisions resulting from the seasonal adjustment procedures** are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - November

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Novembre

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	81.3	88.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	62.5	68.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales increased for the second consecutive month to \$1,076 million in November 1986, an increase of 1.1% from the previous month's revised total of \$1,064 million. Higher sales were recorded in 26 of the 40 departments.
- In each of the last two months, department store sales increased 1.7% on average, while in the first nine months of 1986, they fluctuated significantly while experiencing no overall growth.
- Seasonally adjusted, department store stocks (at selling value) totalled \$4,129 million at the end of November, down 2.6% over the October 1986 revised value of \$4,239 million. This decline followed a decrease of 2.2% in October and an increase of 7.0% in September.
- The inventories to sales ratio stood at 3.84:1 in November 1986, down moderately from the average ratio of 3.96:1 observed in the first 10 months of the year.

Unadjusted Data

- Department stores in Canada reported sales totalling \$1,356 million in November 1986, down 0.2% from the November 1985 level of \$1,359 million. Cumulative sales for the period January to November 1986 totalled \$10,722 million, up 5.1% over the corresponding period in 1985.
- Seven provinces posted decreases in November 1986 over the corresponding month in 1985, with declines ranging from 4.7% in Alberta to 0.3% in Manitoba. Increases were recorded in Nova Scotia (+3.1%), Prince Edward Island (+1.8%) and Ontario (+1.4%). Sales declined in five of the 10 metropolitan areas surveyed.
- Sales by major department stores in November 1986 totalled \$846 million, down 2.1% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$511 million, up 3.1% over the same period last year.

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- L'estimation des ventes des grands magasins, corrigée en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a augmenté pour un deuxième mois consécutif pour s'inscrire à \$1,076 millions en novembre 1986, une augmentation de 1.1% par rapport à l'estimation révisée d'octobre (\$1,064 millions). Des augmentations dans les ventes furent enregistrées dans 26 des 40 rayons.
- Au cours des deux derniers mois, les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse mensuelle moyenne de 1.7%, alors qu'au cours des neuf premiers mois de 1986, elles ont fluctué significativement mais aucune croissance ne fut enregistrée au niveau global.
- La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une baisse de 2.6% par rapport au mois précédent (\$4,239 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de novembre à \$4,129 millions. Ce déclin fait suite à une diminution de 2.2% en octobre et à une augmentation de 7.0% en septembre.
- Le rapport du total des stocks possédés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 3.84:1 en novembre 1986, une baisse modeste en comparaison du rapport moyen de 3.96:1 observé au cours des 10 premiers mois de l'année.

Données non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$1,356 millions en novembre 1986, soit 0.2% de moins que le niveau de \$1,359 millions observé en novembre 1985. Les ventes cumulatives, pour la période de janvier à novembre 1986, se sont chiffrées à \$10,722 millions, en hausse de 5.1% par rapport à la période correspondante en 1985.
- Les ventes des grands magasins ont diminué dans sept provinces en novembre 1986 comparativement au même mois de l'an dernier, les baisses s'échelonnant de 4.7% en Alberta à 0.3% au Manitoba. Des augmentations ont été enregistrées en Nouvelle-Écosse (+3.1%), à l'Île-du-Prince-Édouard (+1.8%) et en Ontario (+1.4%). Les ventes ont accusé un repli dans cinq des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en novembre 1986, se sont chiffrées à \$846 millions, soit une baisse de 2.1% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$511 millions, ce qui représente un gain de 3.1% en regard du mois de novembre de l'année dernière.

- In November 1986, there were 788 retail locations operated by department store organizations, 11 less than in November 1985. Of this total, 310 locations were operated by major department store organizations and 478 by junior department store organizations.
- In November 1986, total department store sales accounted for 11.0% of all retail sales in Canada, a marginal decline from the 11.4% share held in November 1985.
- Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,749 million, up 9.7% over the level reached in November 1985.
- The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in November 1986 amounted to \$2,083 million, down 2.6% from the \$2,138 million recorded in November 1985.

- En novembre 1986, on a dénombré un total de 788 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit 11 de moins qu'en novembre 1985. De ce total, 310 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 478 par les organisations des grands magasins populaires.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 11.0% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en novembre 1986, soit une baisse marginale par rapport à la part de 11.4% détenue en novembre 1985.
- La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,749 millions, soit une hausse de 9.7% par rapport au niveau atteint en novembre 1985.
- La valeur totale non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,083 millions en novembre 1986, soit 2.6% de moins que l'estimation enregistrée en novembre 1985 (\$2,138 millions).

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Graphique — 1

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

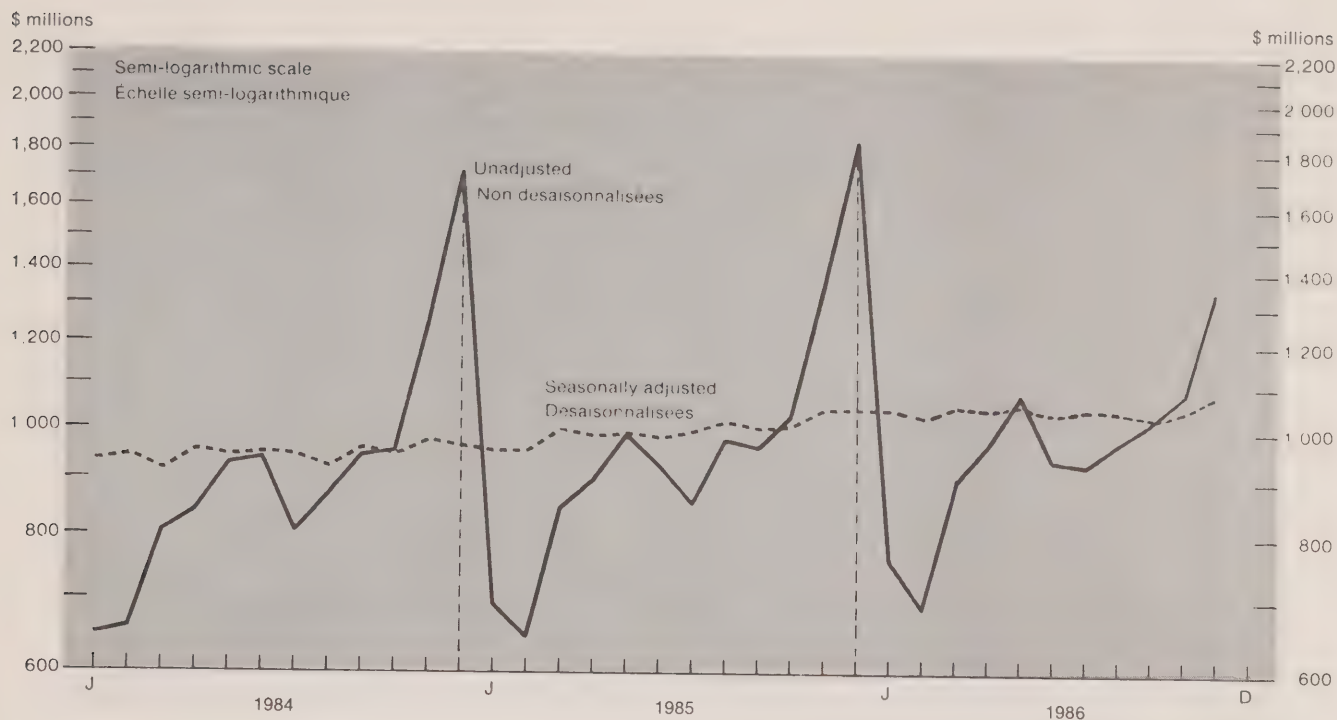
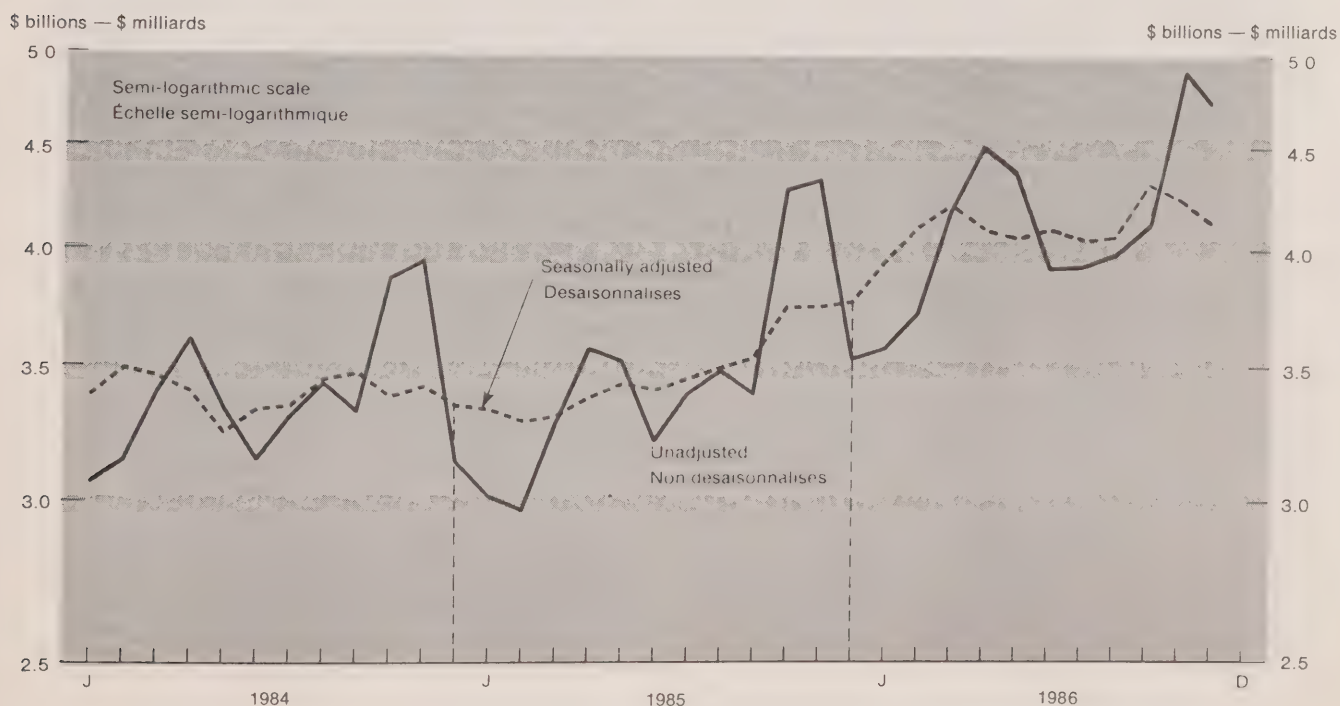


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Graphique — 2

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

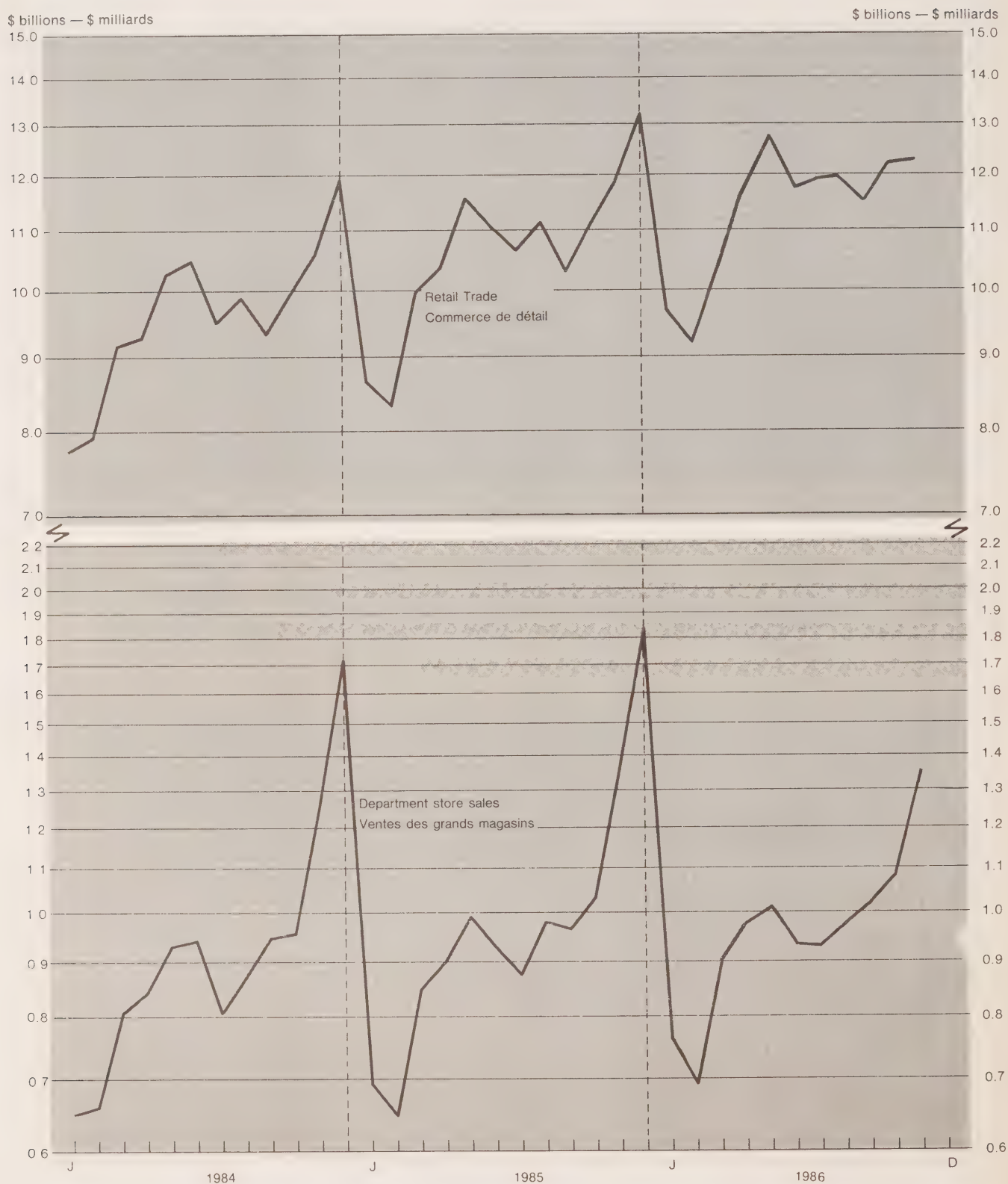


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

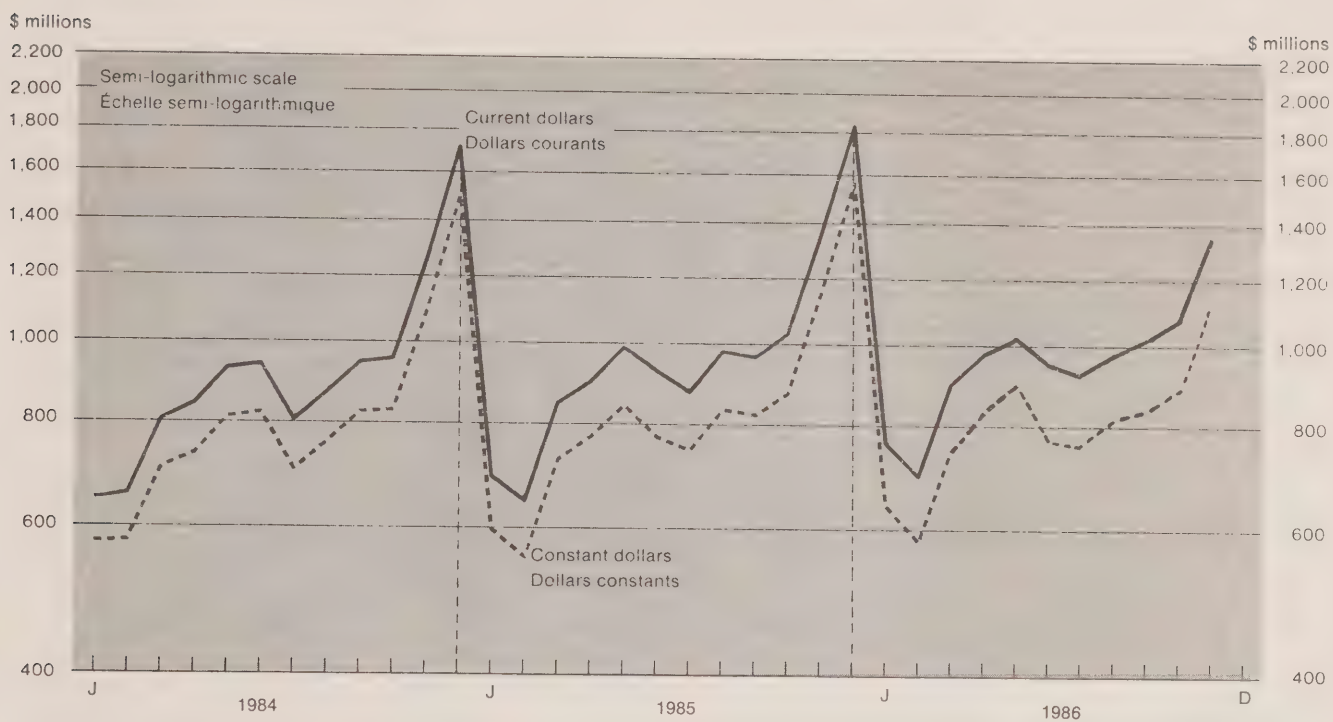
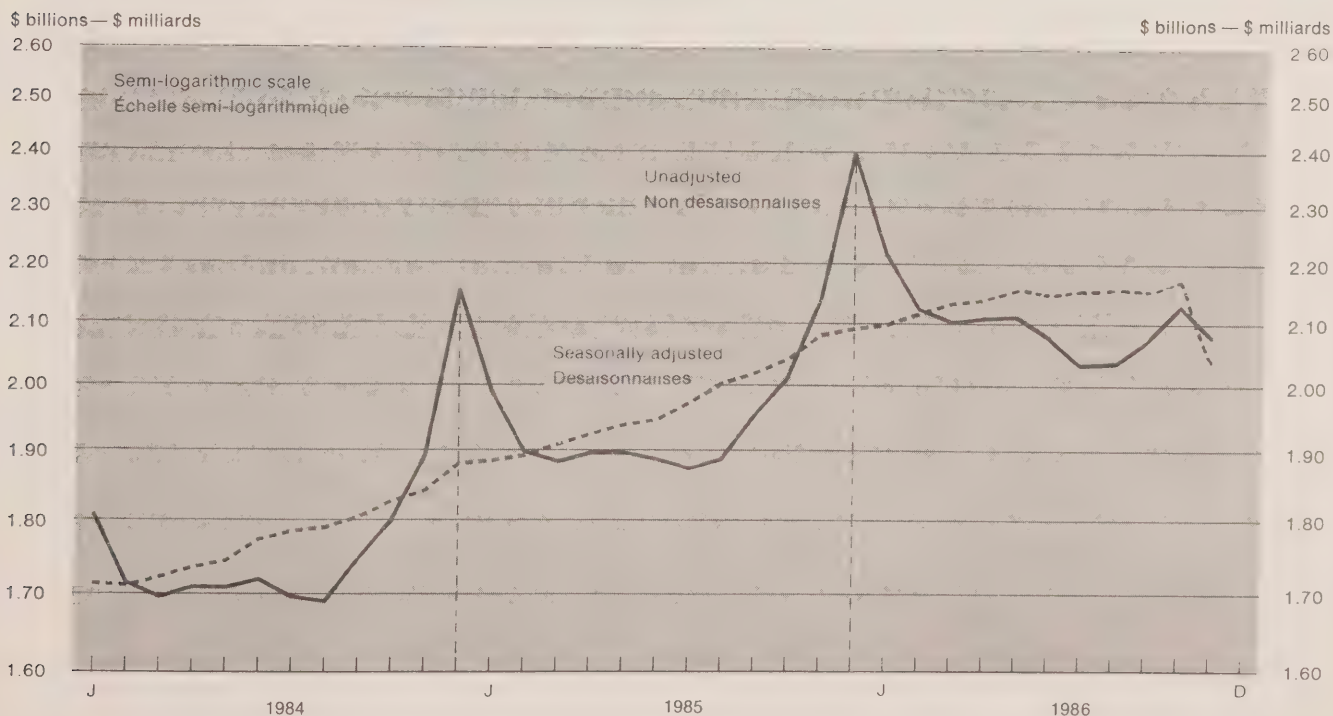


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Graphique — 5

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

Unadjusted - Non désaisonnalisées					
Department	1985		1986		Change
					Variation
	October	November	October	November	November 1986/1985
	Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre 1986/1985
No.	thousands of dollars				per cent
	milliers de dollars				pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	18,239	21,840	17,795	19,103	-12.5
2 Women's and misses' coats and suits	27,934	33,955	31,335	35,010	+3.1
3 Women's and misses' sportswear	67,567	71,390	75,751	73,044	+2.3
4 Furs	5,988	9,384	6,033	8,978	-4.3
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	28,816	31,952	29,292	33,114	+3.6
6 Girls' and teenage girls' wear	16,725	24,934	16,776	23,082	-7.4
7 Lingerie and women's sleepwear	18,662	28,987	19,454	28,647	-1.2
8 Intimate apparel	11,106	11,885	11,862	12,262	+3.2
9 Millinery	2,251	3,691	2,004	4,046	+9.6
10 Women's and girls' hosiery	12,026	13,679	14,093	15,067	+10.1
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	20,405	33,100	21,930	34,830	+5.2
12 Women's, misses' and children's footwear	31,173	40,716	34,158	42,648	+4.7
13 Men's clothing	43,595	67,378	50,595	69,621	+3.3
14 Men's furnishings	47,456	80,034	56,980	85,936	+7.4
15 Boys' clothing and furnishings	14,271	19,507	15,912	20,944	+7.4
16 Men's and boys' footwear	17,468	25,635	19,432	26,083	+1.7
17 Food and kindred products	59,062	77,651	60,623	73,968	-4.7
18 Toiletries, cosmetics and drugs	58,339	75,711	62,164	76,793	+1.4
19 Photographic equipment and supplies	10,989	14,512	10,161	12,567	-13.4
20 Piece goods	4,227	4,490	4,336	4,284	-4.6
21 Linens and domestics	32,594	39,110	34,936	41,796	+6.9
22 Smallwares and notions	9,147	10,348	8,363	9,661	-6.6
23 China and glassware	10,613	20,475	11,941	18,794	-8.2
24 Floor coverings	17,015	20,572	16,649	21,279	+3.4
25 Draperies, curtains and furniture coverings	16,694	17,698	17,164	17,425	-1.5
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,063	12,515	9,141	11,739	-6.2
27 Furniture	57,851	54,712	60,560	58,076	+6.1
28 Major appliances	55,046	60,062	57,189	59,065	-1.7
29 Television, radio and music	45,033	55,981	42,381	55,992	--
30 Housewares and small electrical appliances	36,658	51,027	36,047	47,021	-7.9
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	31,726	38,794	30,414	40,013	+3.1
32 Plumbing, heating and building materials	10,716	11,273	11,124	11,525	+2.2
33 Jewellery	20,787	36,564	23,486	35,864	-1.9
34 Toys and games	30,756	63,568	28,998	59,773	-6.0
35 Sporting goods and luggage	20,840	29,201	20,690	27,886	-4.5
36 Stationery, books and magazines	23,770	44,438	27,824	40,520	-8.8
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	19,830	25,163	17,609	19,982	-20.6
38 Meals and lunches	22,725	26,299	20,737	23,791	-9.5
39 Repairs and services	13,407	16,555	15,131	18,682	+12.8
40 All other departments	31,083	34,651	32,983	37,506	+8.2
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,031,653	1,359,437	1,084,053	1,356,417	-0.2

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées

1986				Change Variation	Rayon	N ^o
August ^T	September ^T	October ^T	November ^D	November/ October 1986		
Août ^T	Septembre ^T	Octobre ^T	Novembre ^D	Novembre/ Octobre 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
17,445	18,181	17,968	18,158	+1.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
18,182	19,022	19,513	19,778	+1.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
67,091	68,610	71,165	67,407	-5.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,655	4,673	4,034	3,976	-1.4	Fourrures	4
26,483	27,435	26,870	28,582	+6.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,632	18,222	18,301	18,381	+0.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
21,615	20,869	20,456	20,697	+1.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,798	12,393	12,635	12,547	-0.7	Sous-vêtements	8
1,426	1,367	1,485	1,914	+28.9	Chapeaux	9
11,975	12,059	12,544	12,653	+0.9	Bas pour dames et fillettes	10
19,346	19,245	19,804	20,217	+2.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
30,950	28,213	29,310	31,299	+6.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
45,919	45,888	48,071	46,534	-3.2	Vêtements pour hommes	13
61,844	59,849	62,179	61,525	-1.1	Articles d'habillement pour hommes	14
16,376	16,501	16,532	16,918	+2.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,998	18,699	19,151	19,182	+0.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
61,887	63,736	62,618	62,342	-0.4	Produits alimentaires et connexes	17
64,091	65,834	65,452	65,011	-0.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
11,575	11,158	11,284	10,851	-3.8	Appareils et fournitures photographiques	19
3,516	3,603	3,572	3,526	-1.3	Tissus à la pièce	20
35,035	32,616	35,238	36,050	+2.3	Literie et linge de maison	21
8,443	7,744	7,727	7,865	+1.8	Menus articles	22
14,543	13,847	13,839	13,395	-3.2	Porcelaine et verrerie	23
14,437	13,850	14,317	16,041	+12.0	Revêtements de plancher	24
15,504	15,546	15,750	15,470	-1.8	Tentures, rideaux et housses	25
8,621	8,421	8,767	8,394	-4.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
52,192	52,534	54,583	54,945	+0.7	Mobilier	27
49,847	48,186	51,415	52,250	+1.6	Gros appareils ménagers	28
44,752	42,354	41,592	43,349	+4.2	Téléviseurs, radios et musique	29
36,297	36,079	36,221	36,418	+0.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,899	32,531	32,501	34,892	+7.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,388	10,639	10,168	10,668	+4.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
28,826	27,990	28,649	27,323	-4.6	Bijouterie	33
28,051	27,880	27,425	28,079	+2.4	Jouets et jeux	34
26,735	24,843	26,641	26,705	+0.2	Articles de sport et valises	35
32,386	29,439	33,692	31,003	-8.0	Papeterie, livres et revues	36
14,146	14,740	14,229	14,827	+4.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,675	20,353	20,372	20,768	+1.9	Repas et casse-croûtes	38
13,789	13,812	13,893	14,487	+4.3	Services et travaux de réparation	39
34,444	33,645	35,351	36,719	+3.9	Tous autres rayons	40
1,048,430	1,040,964	1,064,496	1,075,984	+1.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 October	645,007	x	x	11,856	x	116,977
November	863,911	x	x	17,170	x	149,089
January-November	6,350,384	x	x	113,238	x	1,104,021
1986 October	666,752	x	x	12,646	x	123,078
November	845,585	x	x	17,052	x	144,264
January-November	6,598,776	x	x	116,431	x	1,140,949
Percentage change						
November 1986/1985	-2.1	x	x	-0.7	x	-3.2
January-November 1986/1985	+3.9	x	x	+2.8	x	+3.3
Junior department stores						
1985 October	386,646	x	x	21,691	x	83,507
November	495,526	x	x	30,577	x	97,107
January-November	3,854,283	x	x	213,288	x	838,261
1986 October	417,301	x	x	24,895	x	88,818
November	510,832	x	x	32,194	x	100,442
January-November	4,123,624	x	x	224,847	x	894,983
Percentage change						
November 1986/1985	+3.1	x	x	+5.3	x	+3.4
January-November 1986/1985	+7.0	x	x	+5.4	x	+6.7
Total, all department stores						
1985 October	1,031,653	13,196	5,701	33,547	21,996	200,483
November	1,359,437	17,763	6,883	47,747	31,639	246,196
January-November	10,204,667	124,149	59,820	326,526	219,622	1,942,280
1986 October	1,084,053	13,871	6,153	37,541	24,145	211,006
November	1,356,417	17,544	7,004	49,246	31,234	244,106
January-November	10,722,397	127,518	59,744	341,277	224,881	2,035,931
Percentage change						
November 1986/1985	-0.2	-1.2	+1.8	+3.1	-1.3	-0.6
January-November 1986/1985	+5.1	+2.7	-0.1	+4.5	+2.4	+4.8

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
236,110	32,074	x	100,170	117,901	1985 Octobre
330,539	44,075	x	129,972	150,019	Novembre
2,258,824	337,659	x	1,009,271	1,219,682	Janvier-novembre
251,730	33,894	x	94,112	119,791	1986 Octobre
330,741	42,907	x	120,967	147,154	Novembre
2,421,215	336,419	x	1,017,583	1,262,718	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
+0.1	-2.7	x	-6.9	-1.9	Novembre 1986/1985
+7.2	-0.4	x	+0.8	+3.5	Janvier-novembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
151,038	18,255	x	35,162	35,491	1985 Octobre
202,080	22,470	x	43,101	43,487	Novembre
1,496,848	186,602	x	354,232	344,603	Janvier-novembre
163,306	18,977	x	37,970	38,316	1986 Octobre
209,381	23,413	x	43,917	44,943	Novembre
1,617,674	194,537	x	371,810	382,647	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
+3.6	+4.2	x	+1.9	+3.3	Novembre 1986/1985
+8.1	+4.3	x	+5.0	+11.0	Janvier-novembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
387,148	50,329	30,529	135,332	153,392	1985 Octobre
532,619	66,545	43,466	173,073	193,506	Novembre
3,755,672	524,262	324,548	1,363,503	1,564,285	Janvier-novembre
415,035	52,871	32,352	132,082	158,107	1986 Octobre
540,122	66,320	43,260	164,884	192,097	Novembre
4,038,886	530,957	328,442	1,389,395	1,645,365	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
+1.4	-0.3	-0.5	-4.7	-0.7	Novembre 1986/1985
+7.5	+1.3	+1.2	+1.9	+5.2	Janvier-novembre 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 October	39,969	45,942	x	20,584	81,179
November	52,838	59,749	x	28,026	104,072
January-November	404,063	461,079	x	199,780	756,289
1986 October	36,913	42,497	x	22,115	87,019
November	49,129	55,265	x	26,999	101,348
January-November	406,905	468,393	x	208,029	790,836
Percentage change					
November 1986/1985	-7.0	-7.5	x	-3.7	-2.6
January-November 1986/1985	+0.7	+1.6	x	+4.1	+4.6
Junior department stores					
1985 October	12,037	14,705	x	7,831	38,489
November	14,014	17,867	x	10,539	43,221
January-November	121,015	149,764	x	75,219	391,721
1986 October	12,246	15,821	x	7,381	40,332
November	14,034	16,524	x	10,991	47,190
January-November	124,790	153,102	x	79,808	412,828
Percentage change					
November 1986/1985	+0.1	-7.5	x	+4.3	+9.2
January-November 1986/1985	+3.1	+2.2	x	+6.1	+5.4
Total, all department stores					
1985 October	52,006	60,647	19,767	28,416	119,668
November	66,852	77,616	28,243	38,565	147,293
January-November	525,076	610,842	186,540	275,001	1,148,012
1986 October	49,159	58,317	21,840	29,496	127,351
November	63,163	71,789	29,341	37,990	148,540
January-November	531,693	621,493	195,671	287,839	1,203,667
Percentage change					
November 1986/1985	-5.5	-7.5	+3.9	-1.5	+0.8
January-November 1986/1985	+1.3	+1.7	+4.9	+4.7	+4.8

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
28,242	x	116,992	78,719	x	1985 Octobre
39,195	x	162,773	100,456	x	Novembre
278,659	x	1,100,071	803,148	x	Janvier-novembre
29,213	x	126,164	81,171	x	1986 Octobre
37,815	x	163,480	97,591	x	Novembre
282,570	x	1,204,492	852,169	x	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
-3.5	x	+0.4	-2.9	x	Novembre 1986/1985
+1.4	x	+9.5	+6.1	x	Janvier-novembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
17,122	x	42,337	12,746	x	1985 Octobre
22,857	x	56,403	15,660	x	Novembre
173,946	x	415,381	127,487	x	Janvier-novembre
19,685	x	45,794	13,771	x	1986 Octobre
24,409	x	57,467	15,870	x	Novembre
190,807	x	452,716	137,558	x	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
+6.8	x	+1.9	+1.3	x	Novembre 1986/1985
+9.7	x	+9.0	+7.9	x	Janvier-novembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
45,364	27,125	159,329	91,465	45,427	1985 Octobre
62,052	33,229	219,175	116,116	60,143	Novembre
452,602	269,826	1,515,453	930,633	473,737	Janvier-novembre
48,898	28,939	171,957	94,941	47,547	1986 Octobre
62,224	35,063	220,947	113,461	59,610	Novembre
473,374	283,080	1,657,208	989,727	477,844	Janvier-novembre
Variation procentuelle					
+0.3	+5.5	+0.8	-2.3	-0.9	Novembre 1986/1985
+4.6	+4.9	+9.4	+6.3	+0.9	Janvier-novembre 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
number - nombre						
Major department stores						
1985 October	317	6	1	7	4	54
November	317	6	1	7	4	54
1986 October	310 ^r	5	1	7	5	50
November	310	5	1	7	5	50
Junior department stores						
1985 October	481	8	4	27	22	109
November	482	8	4	27	22	109
1986 October	477	8	4	28	22	105
November	478	8	4	28	22	105
Total, all department stores						
1985 October	798	14	5	34	26	163
November	799	14	5	34	26	163
1986 October	787 ^r	13	5	35	27	155
November	788	13	5	35	27	155

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 October	14	19	6	14	30
November	14	19	6	14	30
1986 October	14	19	6	13 ^r	30
November	14	19	6	13	30
Junior department stores					
1985 October	12	15	9	11	45
November	12	15	9	11	45
1986 October	12	15	10	9	43
November	12	15	10	10	43
Total, all department stores					
1985 October	26	34	15	25	75
November	26	34	15	25	75
1986 October	26	34	16	22 ^r	73
November	26	34	16	23	73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
116	17	15	45	52	1985 Octobre
116	17	15	45	52	1985 Novembre
116 ^r	16	13	45	52	1986 Octobre
116	16	13	45	52	1986 Novembre
Grands magasins populaires					
188	21	17	36	49	1985 Octobre
189	21	17	36	49	1985 Novembre
188	21	17	36	48	1986 Octobre
189	21	17	36	48	1986 Novembre
Ensemble des grands magasins					
304	38	32	81	101	1985 Octobre
305	38	32	81	101	1985 Novembre
304 ^r }	37	30	81	100	1986 Octobre
305 }	37	30	81	100	1986 Novembre

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	46	27	13	1985 Octobre
12	8	46	27	13	1985 Novembre
12	8	46	27	12	1986 Octobre
12	8	46	27	12	1986 Novembre
Grands magasins populaires					
20	14	48	15	17	1985 Octobre
20	14	49	15	17	1985 Novembre
21	14	48	14	17	1986 Octobre
21	14	48	14	17	1986 Novembre
Ensemble des grands magasins					
32	22	94	42	30	1985 Octobre
32	22	95	42	30	1985 Novembre
33	22	94	41	29	1986 Octobre
33	22	94	41	29	1986 Novembre

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.0
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet	927,639	100.0	563,679	60.8	363,960	39.2
August - Août	975,532	100.0	581,028	59.6	394,503	40.4
September - Septembre	1,020,701	100.0	656,303	64.3	364,398	35.7
October - Octobre	1,084,053	100.0	666,752	61.5	417,301	38.5
November - Novembre	1,356,417	100.0	845,585	62.3	510,832	37.7
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
November

TABLERAU 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Novembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines				
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	8.6	8.6	8.0	-7.0
Prince Edward Island - île-du-Prince-Édouard	16.5	14.5	14.6	+0.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.4	11.4	11.6	+1.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	11.5	10.6	10.0	-5.7
Québec	8.8	8.5	8.2	-3.5
Ontario	11.7	11.5	11.1	-3.5
Manitoba	15.7	14.0	14.0	-
Saskatchewan	10.5	10.2	9.6	-5.9
Alberta	14.6	13.9	13.4	-3.6
British Columbia - Colombie-Britannique	16.1	14.9	14.5	-2.7
CANADA	11.8	11.4	11.0	-3.5
Montréal	10.9	10.6	10.5	-0.9
Toronto	12.6	12.6	11.8	-6.3
Winnipeg	21.3	18.9	18.8	-0.5
Vancouver	18.4	17.3	16.5	-4.6

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January–November

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier–novembre

No.	Department Rayon	Sales – Ventes		Change 1986/1985
		1985 ¹	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	189,786	188,979	-0.4
2	Women's and misses' coats and suits – Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	189,289	198,139	+4.7
3	Women's and misses' sportswear – Vêtements sports pour dames et jeunes filles	635,208	729,380	+14.8
4	Furs – Fourrures	35,478	38,183	+7.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	267,411	288,767	+8.0
6	Girls' and teenage girls' wear – Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	189,332	194,719	+2.8
7	Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements de nuit pour dames	190,594	197,019	+3.4
8	Intimate apparel – Sous-vêtements	123,299	131,366	+6.5
9	Millinery – Chapeaux	17,482	15,017	-14.1
10	Women's and girls' hosiery – Bas pour dames et fillettes	113,083	123,915	+9.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	172,207	182,092	+5.7
12	Women's, misses' and children's footwear – Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	285,470	319,869	+12.0
13	Men's clothing – Vêtements pour hommes	420,557	453,112	+7.7
14	Men's furnishings – Articles d'habillement pour hommes	495,464	558,849	+12.8
15	Boys' clothing and furnishings – Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	149,103	166,569	+11.7
16	Men's and boys' footwear – Chaussures pour hommes et garçons	182,954	195,478	+6.8
17	Food and kindred products – Produits alimentaires et connexes	652,181	665,448	+2.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs – Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	581,376	624,616	+7.4
19	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photo- graphiques	120,680	113,297	-6.1
20	Piece goods – Tissus à la pièce	39,994	39,684	-0.8
21	Linens and domestics – Literie et linge de maison	328,065	354,619	+8.1
22	Smallwares and notions – Menus articles	92,559	82,765	-10.6
23	China and glassware – Porcelaine et verrerie	123,694	130,763	+5.7
24	Floor coverings – Revêtements de plancher	147,644	164,819	+11.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings – Tentures, rideaux et housses	159,927	170,493	+6.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	81,498	85,410	+4.8
27	Furniture – Meubles	531,913	584,093	+9.8
28	Major appliances – Gros appareils ménagers	512,777	536,423	+4.6
29	Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique	427,026	429,483	+0.6
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	359,689	356,086	-1.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	344,870	344,449	-0.1
32	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	103,022	110,479	+7.2
33	Jewellery – Bijouterie	222,882	251,795	+13.0
34	Toys and games – Jouets et jeux	258,400	246,480	-4.6
35	Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	273,637	266,616	-2.6
36	Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues	304,195	310,151	+2.0
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	164,383	152,454	-7.3
38	Meals and lunches – Repas et casse-croûtes	233,848	218,339	-6.6
39	Repairs and services – Services et travaux de réparation	129,698	146,771	+13.2
40	All other departments – Tous autres rayons	353,992	355,411	+0.4
41	ALL DEPARTMENTS – TOTAL – TOUS RAYONS	10,204,667	10,722,397	+5.1

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,976	+0.5
July - Juillet	121.2	927,639	+5.9	765,258	+2.7
August - Août	121.5	975,532	-0.5	803,008	-3.7
September - Septembre	121.5	1,020,701	+5.8	839,758	+2.2
October - Octobre	121.9	1,084,053	+5.1	889,000	+1.6
November - Novembre	122.0	1,356,417	-0.2	1,112,200	-3.8
Year - Année					

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Income and Expenditure Accounts Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des comptes des revenus et des dépenses de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971-based constant dollar series was terminated with the February 1986 report. Constant dollar estimates are available on the 1981 = 100 basis, prior to January 1984 on request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981 = 100, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

		Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		1985		1986		Change - Variation	
Department		October	November	October	November	November/October 1986	November 1986/1985
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre/Octobre 1986	Novembre 1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	69,819	72,811	74,182	74,411	+0.3	+2.2
2	Women's and misses' coats and suits	108,353	92,485	126,528	104,898	-17.1	+13.4
3	Women's and misses' sportswear	192,304	223,853	257,215	273,410	+6.3	+22.1
4	Furs	44,681	46,101	50,155	46,470	-7.3	+0.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	111,554	103,313	126,488	122,244	-3.4	+18.3
6	Girls' and teenage girls' wear	62,551	62,497	80,755	69,184	-14.3	+10.7
7	Lingerie and women's sleepwear	76,629	91,050	86,598	92,997	+7.4	+2.1
8	Intimate apparel	52,280	54,968	60,145	60,496	+0.6	+10.1
9	Millinery	5,017	5,954	4,465	6,468	+44.9	+8.6
10	Women's and girls' hosiery	42,045	47,865	51,307	52,729	+2.8	+10.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	99,856	106,837	105,948	107,055	+1.0	+0.2
12	Women's, misses' and children's footwear	125,431	111,157	163,676	147,808	-9.7	+33.0
13	Men's clothing	228,411	224,510	282,529	280,307	-0.8	+24.9
14	Men's furnishings	218,422	238,172	284,458	283,496	-0.3	+19.0
15	Boys' clothing and furnishings	70,998	59,209	79,100	63,131	-20.2	+6.6
16	Men's and boys' footwear	96,847	90,411	109,224	101,076	-7.5	+11.8
17	Food and kindred products(3)	46,743	49,314	53,910	56,900	+5.5	+15.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs	360,592	389,295	388,969	416,404	+7.1	+7.0
19	Photographic equipment and supplies	60,661	58,695	60,228	59,192	-1.7	+0.8
20	Piece goods	23,369	20,425	23,358	20,377	-12.8	-0.2
21	Linens and domestics	149,149	164,498	172,309	189,306	+9.9	+15.1
22	Smallwares and notions	49,836	46,738	49,976	46,214	-7.5	-1.1
23	China and glassware	87,978	106,838	108,825	126,465	+16.2	+18.4
24	Floor coverings	57,981	57,213	74,496	71,155	-4.5	+24.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings	71,909	69,702	76,694	76,459	-0.3	+9.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	78,814	73,611	79,208	72,293	-8.7	-1.8
27	Furniture	163,966	148,687	168,799	157,547	-6.7	+6.0
28	Major appliances	73,798	74,558	76,855	81,641	+6.2	+9.5
29	Television, radio and music	155,783	167,867	202,993	189,863	-6.5	+13.1
30	Housewares and small electrical appliances	188,367	222,166	210,212	226,305	+7.7	+1.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	185,816	176,397	169,696	157,163	-7.4	-10.9
32	Plumbing, heating and building materials	28,388	29,780	34,655	34,032	-1.8	+14.3
33	Jewellery	163,471	180,327	200,215	198,157	-1.0	+9.9
34	Toys and games	259,909	194,629	270,195	192,175	-28.9	-1.3
35	Sporting goods and luggage	167,881	153,511	178,532	167,037	-6.4	+8.8
36	Stationery, books and magazines	160,725	187,162	194,231	189,784	-2.3	+1.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	63,086	53,992	64,949	57,092	-12.1	+5.7
38	Meals and lunches(3)	268	378	557	519	-6.8	+37.3
39	Repairs and services	2,586	2,364	3,606	4,043	+12.1	+71.0
40	All other departments	77,826	71,408	80,252	72,439	-9.7	+1.4
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4,284,100	4,330,748	4,886,493	4,748,742	-2.8	+9.7

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés						
1986				Change - Variation	Rayon	N ^o
August ^T	September ^T	October ^T	November ^D	November/October 1986		
Août ^T	Septembre ^T	Octobre ^T	Novembre ^D	Novembre/Octobre 1986		
thousands of dollars				per cent		
milliers de dollars				pourcentage		
62,589	67,033	63,412	63,984	+0.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
86,981	88,197	89,076	90,369	+1.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
244,899	251,040	243,073	244,339	+0.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,023	35,349	37,533	37,471	-0.2	Fourrures	4
107,404	112,778	108,785	114,441	+5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
72,098	73,057	71,272	65,921	-7.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
70,057	71,086	68,088	62,482	-8.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
55,490	56,655	55,743	54,057	-3.0	Sous-vêtements	8
3,382	3,698	3,372	3,760	+11.5	Chapeaux	9
52,652	50,880	49,741	48,358	-2.8	Bas pour dames et fillettes	10
77,607	82,226	78,440	74,880	-4.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
147,204	151,924	151,606	149,040	-1.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
211,811	240,039	228,936	231,448	+1.1	Vêtements pour hommes	13
222,054	232,293	228,788	223,784	-2.2	Articles d'habillement pour hommes	14
63,192	64,740	61,931	60,405	-2.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
96,920	95,401	94,677	94,255	-0.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,297	41,010	53,910	56,900	+5.5	Produits alimentaires et connexes(3)	17
318,079	323,863	323,151	324,635	+0.5	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
49,432	52,041	50,126	51,882	+3.5	Appareils et fournitures photographiques	19
16,912	19,500	18,980	18,252	-3.8	Tissus à la pièce	20
162,000	168,084	174,232	175,706	+0.8	Literie et linge de maison	21
45,723	48,106	47,784	47,478	-0.6	Menus articles	22
100,169	107,319	106,579	109,785	+3.0	Porcelaine et verrerie	23
71,538	81,211	76,405	76,856	+0.6	Revetements de plancher	24
73,256	78,049	74,917	75,662	+1.0	Tentures, rideaux et housses	25
64,623	66,280	65,966	64,044	-2.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,364	175,044	163,863	169,356	+3.4	Mobilier	27
77,488	87,417	74,352	75,158	+1.1	Gros appareils ménagers	28
168,367	174,115	183,675	167,253	-8.9	Téléviseurs, radios et musique	29
178,372	190,316	195,220	191,698	-1.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
143,409	162,892	152,671	151,336	-0.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
32,344	35,060	34,019	32,891	-3.3	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
174,739	183,289	172,745	162,225	-6.1	Bijouterie	33
177,636	182,942	169,925	149,848	-11.8	Jouets et jeux	34
147,860	156,133	149,664	151,815	+1.4	Articles de sport et valises	35
155,345	162,527	171,371	156,545	-8.7	Papeterie, livres et revues	36
58,065	64,473	59,105	58,685	-0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
274	599	557	519	-6.8	Repas et casse-croûtes(3)	38
3,062	3,355	3,600	3,909	+8.6	Services et travaux de réparation	39
61,225	65,063	63,830	61,395	-3.8	Tous autres rayons	40
4,050,567	4,332,586	4,239,415	4,128,787	-2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égalé pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		October	November	October	November
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.83	3.33	4.17	3.90
2	Women's and misses' coats and suits	3.88	2.72	4.04	3.00
3	Women's and misses' sportswear	2.85	3.14	3.40	3.74
4	Furs	7.46	4.91	8.31	5.18
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.87	3.23	4.32	3.69
6	Girls' and teenage girls' wear	3.74	2.51	4.81	3.00
7	Lingerie and women's sleepwear	4.11	3.14	4.45	3.25
8	Intimate apparel	4.71	4.63	5.07	4.93
9	Millinery	2.23	1.61	2.23	1.60
10	Women's and girls' hosiery	3.50	3.50	3.64	3.50
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.89	3.23	4.83	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	4.02	2.73	4.79	3.47
13	Men's clothing	5.24	3.33	5.58	4.03
14	Men's furnishings	4.60	2.98	4.99	3.30
15	Boys' clothing and furnishings	4.97	3.04	4.97	3.01
16	Men's and boys' footwear	5.54	3.53	5.62	3.88
17	Food and kindred products	0.79	0.64	0.89	0.77
18	Toiletries, cosmetics and drugs	6.18	5.14	6.26	5.42
19	Photographic equipment and supplies	5.52	4.04	5.93	4.71
20	Piece goods	5.53	4.55	5.39	4.76
21	Linens and domestics	4.58	4.21	4.93	4.53
22	Smallwares and notions	5.45	4.52	5.98	4.78
23	China and glassware	8.29	5.22	9.11	6.73
24	Floor coverings	3.41	2.78	4.47	3.34
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.31	3.94	4.47	4.39
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.70	5.88	8.67	6.16
27	Furniture	2.83	2.72	2.79	2.71
28	Major appliances	1.34	1.24	1.34	1.38
29	Television, radio and music	3.46	3.00	4.79	3.39
30	Housewares and small electrical appliances	5.14	4.35	5.83	4.81
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.86	4.55	5.58	3.93
32	Plumbing, heating and building materials	2.65	2.64	3.12	2.95
33	Jewellery	7.86	4.93	8.52	5.53
34	Toys and games	8.45	3.06	9.32	3.22
35	Sporting goods and luggage	8.06	5.26	8.63	5.99
36	Stationery, books and magazines	6.76	4.21	6.98	4.68
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.18	2.15	3.69	2.86
38	Meals and lunches	0.01	0.01	0.03	0.02
39	Repairs and services	0.19	0.14	0.24	0.22
40	All other departments	2.50	2.06	2.43	1.93
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.03	3.14	4.40	3.46

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks				Rayon	N ^o
1985		1986			
October	November	October	November		
Octobre	Novembre	Octobre	Novembre		
0.30	0.31	0.26	0.26	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.28	0.34	0.26	0.30	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.39	0.34	0.30	0.28	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.14	0.21	0.13	0.19	Fourrures	4
0.30	0.30	0.24	0.27	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.29	0.40	0.21	0.31	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.29	0.35	0.25	0.32	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.24	0.22	0.22	0.20	Sous-vêtements	8
0.56	0.67	0.49	0.74	Chapeaux	9
0.29	0.30	0.28	0.29	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.32	0.23	0.33	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.26	0.34	0.22	0.27	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.21	0.30	0.19	0.25	Vêtements pour hommes	13
0.25	0.35	0.22	0.30	Articles d'habillement pour hommes	14
0.24	0.30	0.22	0.29	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.20	0.27	0.19	0.25	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.40	1.62	1.28	1.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.20	0.20	0.18	0.19	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.21	0.24	0.19	0.21	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.21	0.20	0.20	Tissus à la pièce	20
0.23	0.25	0.22	0.23	Literie et linge de maison	21
0.20	0.21	0.18	0.20	Menus articles	22
0.13	0.21	0.11	0.16	Porcelaine et verrerie	23
0.31	0.36	0.22	0.29	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.16	0.12	0.15	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.38	0.35	0.37	0.36	Meubles	27
0.82	0.81	0.74	0.75	Gros appareils ménagers	28
0.33	0.35	0.23	0.29	Téléviseurs, radios et musique	29
0.21	0.25	0.18	0.22	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.21	0.19	0.24	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.41	0.39	0.33	0.34	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.15	0.21	0.13	0.18	Bijouterie	33
0.14	0.28	0.12	0.26	Jouets et jeux	34
0.14	0.18	0.13	0.16	Articles de sport et valises	35
0.16	0.26	0.15	0.21	Papeterie, livres et revues	36
0.36	0.43	0.28	0.33	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
64.19	81.42	35.88	44.22	Repas et casse-croûtes	38
4.23	6.69	4.41	4.88	Services et travaux de réparation	39
0.44	0.46	0.46	0.49	Tous autres rayons	40
0.27	0.32	0.24	0.28	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage		
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327	2,036,258	-2.1	+8.6
August - Août	1,689,630	1,888,520	2,037,768	+0.1	+7.9
September - Septembre	1,746,901	1,952,986	2,078,784	+2.0	+6.4
October - Octobre	1,799,732	2,010,107	2,131,900	+2.6	+6.1
November - Novembre	1,892,038	2,138,267	2,082,656 ^P	-2.3 ^P	-2.6 ^P
December - Décembre	2,152,727	2,396,596			
millions of dollars - millions de dollars					
Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,131.0	+0.8	+11.6
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,135.0	+0.2	+11.0
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,149.0	+0.7	+10.9
June - Juin	1,773.0	1,946.0	2,145.0	-0.2	+10.2
July - Juillet	1,784.0	1,972.0	2,147.0	+0.1	+8.9
August - Août	1,789.0	2,002.0	2,152.0 ^r	+0.2 ^r	+7.5 ^r
September - Septembre	1,804.0	2,019.0	2,144.0 ^r	-0.4 ^r	+6.2 ^r
October - Octobre	1,826.0	2,041.0	2,160.0 ^r	+0.8 ^r	+5.8 ^r
November - Novembre	1,841.0	2,080.0	2,042.0 ^P	-5.5 ^P	-1.8 ^P
December - Décembre	1,880.0	2,091.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Retail Trade Section, Industry Division.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.

Operating Results Series, Retail Trade, O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, Other Countries \$11.50.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.

Série des résultats d'exploitation, Commerce de détail, H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

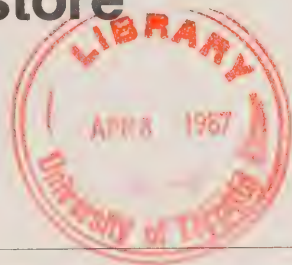
M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, Autres pays \$11.50.

Department store sales and stocks

December 1986



Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1986



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (780-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 403-420-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (780-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest
(territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) Appelez à frais virés au 403-420-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

December 1986

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1986

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

© Minister of Supply
and Services Canada 1987

March 1987
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 51, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1987

Mars 1987
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 51, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n^o 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Explanatory Notes	vi
Text Table	
I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	viii
II. Number of Shopping Days, by Month, 1985 and 1986	viii
Highlights	ix
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xi
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	xi
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986	xii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986	xiii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986	xiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	2
2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986	4

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Notes explicatives	vi
Tableaux explicatif	
I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	viii
II. Nombres de jours commerciaux, par mois, 1985 et 1986	viii
Points saillants	ix
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986	xi
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986	xi
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986	xii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986	xiii
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	xiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	2
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	4

TABLE OF CONTENTS - Concluded

TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
Table	
4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986	8
5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986	8
6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986	10
7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986	11
8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986	12
9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986	13
10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1985 and 1986	14
11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986	16
12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986	18

Selected Publications

	Page
Tableau	
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986	8
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986	8
6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986	10
7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986	11
8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	12
9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986	13
10. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1985 et 1986	14
11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986	16
12. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986	18

Choix de publications

INTRODUCTION

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years as well as tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan area are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 990-9656.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-990-9656).

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue (May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the reliability of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1986 - December

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1986 - Décembre

	Response rate(1)		Response fraction(2)
	Taux de réponse(1)		Fraction de réponse(2)
	Survey units(3)	Organizational units(4)	
	Unités d'enquête(3)	Unités organisationnelles(4)	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.0	87.5	99.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	81.3	85.1
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	62.5	63.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

(1) The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

(1) Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

(2) The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

(2) La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

(3) The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

(3) Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

(4) The organizational units are the department store companies.

(4) Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1986 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1986 et 1985

	1985		1986	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	26	5	25	5
April - Avril	25	4	26	4
May - Mai	26	4	26	5
June - Juin	25	5	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	25	5
September - Septembre	24	4	25	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	25	5
December - Décembre	25	4	26	4

HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Data

- Adjusted for seasonal fluctuations and the number of trading days, department store sales totalled \$1,077 million in December 1986, unchanged from the previous month's revised level. This followed gains of 2.3% in October and 1.1% in November.
- Seasonally adjusted, department store stocks (at selling value) totalled \$4,577 million at the end of December, up 11.1% over the November 1986 revised value of \$4,119 million. This significant increase in December followed declines of 1.7% in October and 3.3% in November.
- The inventories to sales ratio stood at 4.25:1 in December, considerably higher than the average ratio of 3.97:1 observed during 1986.

Unadjusted Data

- Department stores in Canada reported sales totalling \$1,945 million in December 1986, up 6.1% from the December 1985 level of \$1,834 million.
- With the exception of Alberta, which recorded a decrease of 1.4% from the corresponding month in 1985, all other provinces registered higher sales in December 1986. The increases ranged from 22.0% in Prince Edward Island to 2.3% in Manitoba. Sales rose in eight of the 10 metropolitan areas surveyed.
- Sales by major department stores in December 1986 reached \$1,163 million, up 3.5% over the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$783 million, up 10.2% over the same period last year.
- In December 1986 there were 788 retail locations operated by department store organizations, 11 less than in December 1985. Of the total, 310 were operated by major, and 478 by junior department store organizations.
- Unadjusted department store stocks at month-end totalled \$4,282 million, a sharp increase of 21.2% over the level reached in December 1985.

POINTS SAILLANTS

Données désaisonnalisées

- L'estimation des ventes des grands magasins, corrigée en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, a totalisé \$1,077 millions en décembre 1986 et est demeurée pratiquement inchangée par rapport au niveau révisé du mois précédent. Des gains de 2.3% avaient été enregistrés en octobre, et de 1.1% en novembre.
- La valeur désaisonnalisée des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 11.1% par rapport au mois précédent (\$4,119 millions - chiffre révisé) et s'élevait à la fin de décembre à \$4,577 millions. Cette importante augmentation en décembre fait suite à des reculs de 1.7% en octobre et de 3.3% en novembre.
- Le rapport du total des stocks possédés aux ventes désaisonnalisées s'établissait à 4.25:1 en décembre, une hausse considérable comparative-ment au rapport moyen de 3.97:1 observé en 1986.

Données non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins au Canada ont totalisé \$1,945 millions en décembre 1986, soit 6.1% de plus que le niveau de \$1,834 millions observé en décembre 1985.
- À l'exception de l'Alberta qui a indiqué une baisse des ventes de 1.4% en décembre 1986 par rapport au mois correspondant en 1985, toutes les provinces ont signalé des hausses de ventes. Les hausses s'échelonnent de 22.0% à l'Île-du-Prince-Édouard à 2.3% au Manitoba. Les ventes ont augmenté dans huit des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en décembre 1986, se sont chiffrées à \$1,163 millions, soit une hausse de 3.5% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$783 millions, ce qui représente un gain de 10.2% en regard du mois de décembre de l'année dernière.
- En décembre 1986, on a dénombré un total de 788 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit 11 de moins qu'en décembre 1985. De ce total, 310 points de vente étaient exploités par les sociétés des grands magasins traditionnels et 478 par les organisations des grands magasins populaires.
- La valeur des stocks des grands magasins à la fin du mois, sans ajustements saisonniers, s'est élevée à \$4,282 millions, soit une forte augmentation de 21.2% par rapport au niveau atteint en décembre 1985.

- The total unadjusted value of accounts receivable of all department store organizations in December 1986 amounted to \$2,315 million, down 3.4% from the \$2,397 million recorded in December 1985.

Annual 1986 (Preliminary Estimates)

- Department store sales rose 5.2% in 1986 to a level of \$12,668 million, down slightly from the 5.7% growth recorded in 1985. This marks the fourth consecutive year in which department store sales have increased.
- The growth in 1986 was broadly based as 31 of the 40 departments covered by the survey recorded higher sales. The largest percentage increases were in women's and misses' sportswear (+14.1%), repairs and services (+13.7%) and women's, misses' and children's footwear (+12.5%). Decreases ranged from 14.7% for millinery to 0.4% for hardware, paints and wallpaper.
- Major department store organizations reported sales of \$7,761 million in 1986, an increase of 3.8% over 1985. Junior department stores recorded sales of \$4,906 million, up 7.5% over 1985.
- Major department store sales accounted for 61.3% of total department store sales, as compared to 62.1% in 1985 and 63.1% in 1984.
- At the provincial level, when compared to 1985, total department store sales rose in all provinces with increases ranging from 7.6% in Ontario to 1.4% in both Alberta and Manitoba. Sales also advanced in all 10 metropolitan areas surveyed, with gains ranging from 9.1% in Toronto to 0.6% in Calgary.
- In 1986, department store sales accounted for 9.1% of the annual total retail trade compared with a market share of 9.3% in 1985.

Constant Dollar Estimates

- Department store sales, in 1981 constant dollars, were \$10,464 million in 1986, compared with \$10,265 million in 1985, an increase of 1.9%.

- La valeur totale, non désaisonnalisée, des créances à recouvrer par les sociétés des grands magasins s'est chiffrée à \$2,315 millions en décembre 1986, soit une diminution de 3.4% par rapport au chiffre enregistré en décembre 1985 (\$2,397 millions).

Résumé de l'année 1986 (Estimations préliminaires)

- Les ventes des grands magasins ont progressé de 5.2% en 1986, pour atteindre un niveau de \$12,668 millions, soit une légère baisse comparativement à la croissance de 5.7% enregistrée en 1985. Il s'agit de la quatrième année consécutive au cours de laquelle les ventes des grands magasins ont enregistré des hausses.
- La croissance observée en 1986 était généralisée alors que des 40 rayons couverts par l'enquête, 31 ont rapporté des hausses. Les augmentations les plus notables ont été signalées dans les rayons de vêtements sports pour dames et jeunes filles (+14.1%), de services et travaux de réparation (+13.7%) et de chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (+12.5%). Les baisses s'échelonnent de 14.7% dans le rayon des chapeaux à 0.4% dans le rayon de quincaillerie, peinture et papier - tenture.
- En 1986, les organisations des grands magasins traditionnels ont enregistré des ventes de \$7,761 millions, ce qui représente une augmentation de 3.8% par rapport à 1985. Les grands magasins populaires ont totalisé des ventes de \$4,906 millions, soit un gain de 7.5% en regard de 1985.
- Les ventes des grands magasins traditionnels ont représenté 61.3% des ventes totales des grands magasins, comparativement à 62.1% en 1985 et à 63.1% en 1984.
- Les ventes totales des grands magasins ont augmenté dans toutes les provinces comparativement à 1985, les hausses s'échelonnant de 7.6% en Ontario à 1.4%, à la fois, en Alberta et au Manitoba. Les ventes ont également progressé dans les 10 régions métropolitaines visées par l'enquête, les gains s'échelonnant de 9.1% à Toronto à 0.6% à Calgary.
- En 1986, les ventes des grands magasins ont représenté 9.1% de l'ensemble du commerce de détail, par rapport à la part de 9.3% en 1985.

Estimations en dollars constants

- Les ventes des grands magasins en dollars constants, sur la base de 1981, ont totalisé \$10,464 millions en 1986, soit 1.9% de plus que le niveau de \$10,265 millions atteint en 1985.

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1984-1986

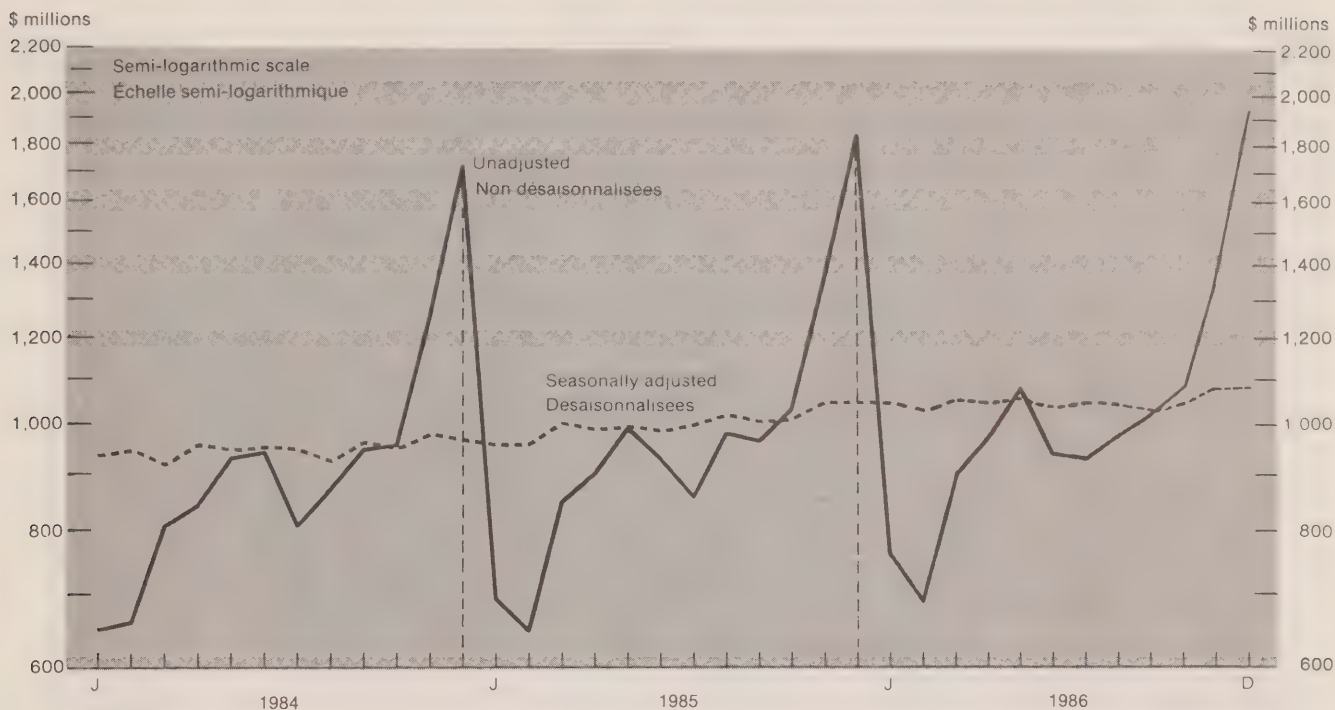
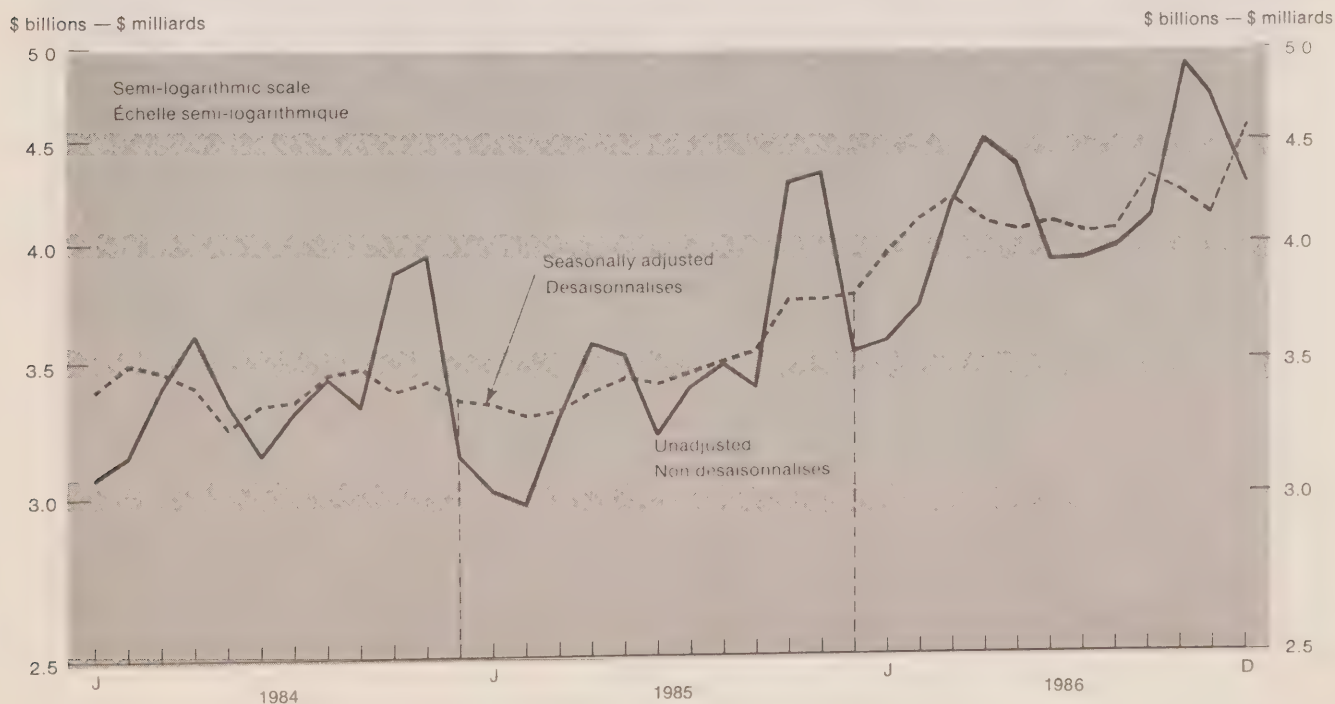


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1984-1986



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1984-1986

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1984-1986

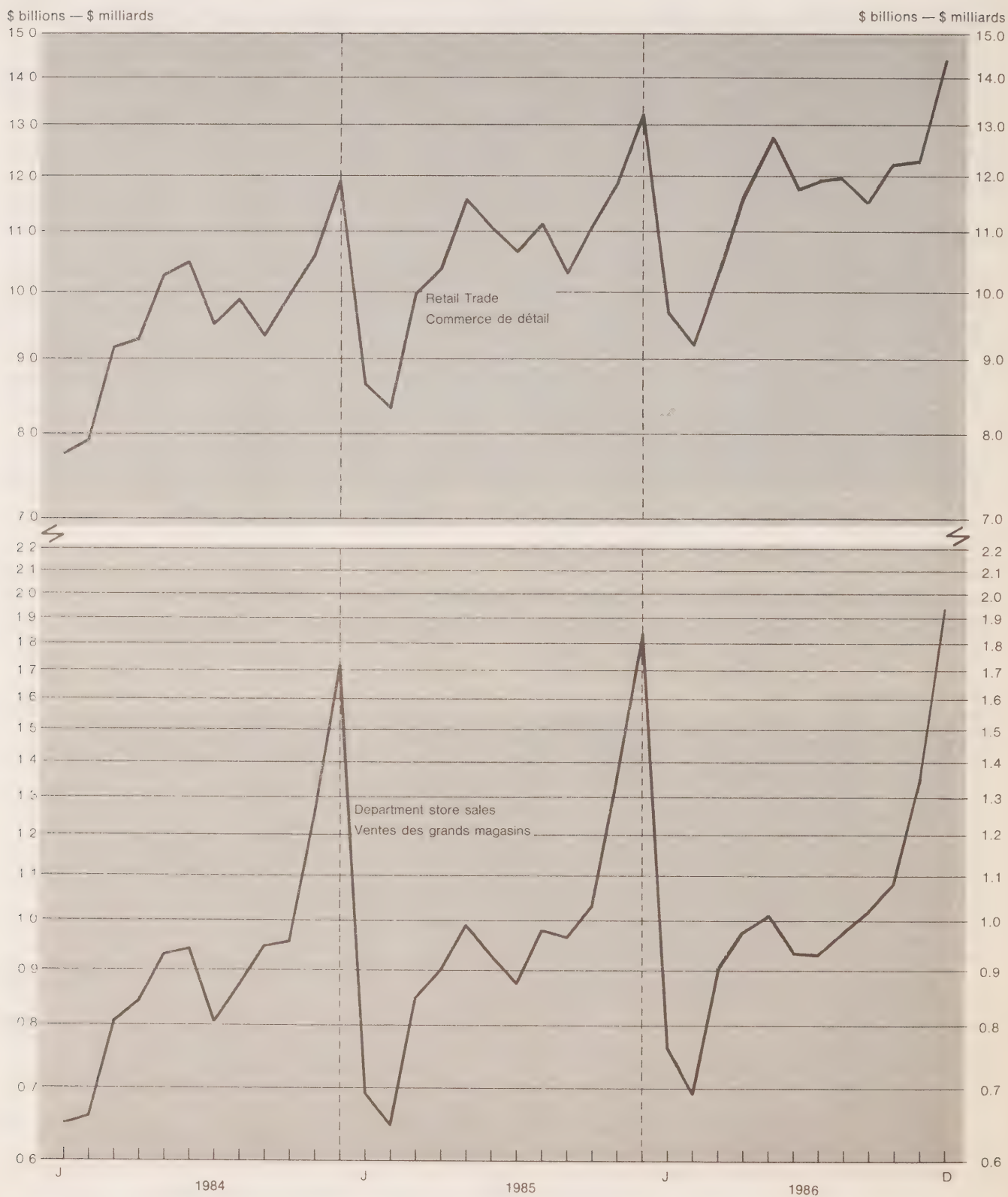


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1981) Dollar Estimates, 1984-1986

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1981), 1984-1986

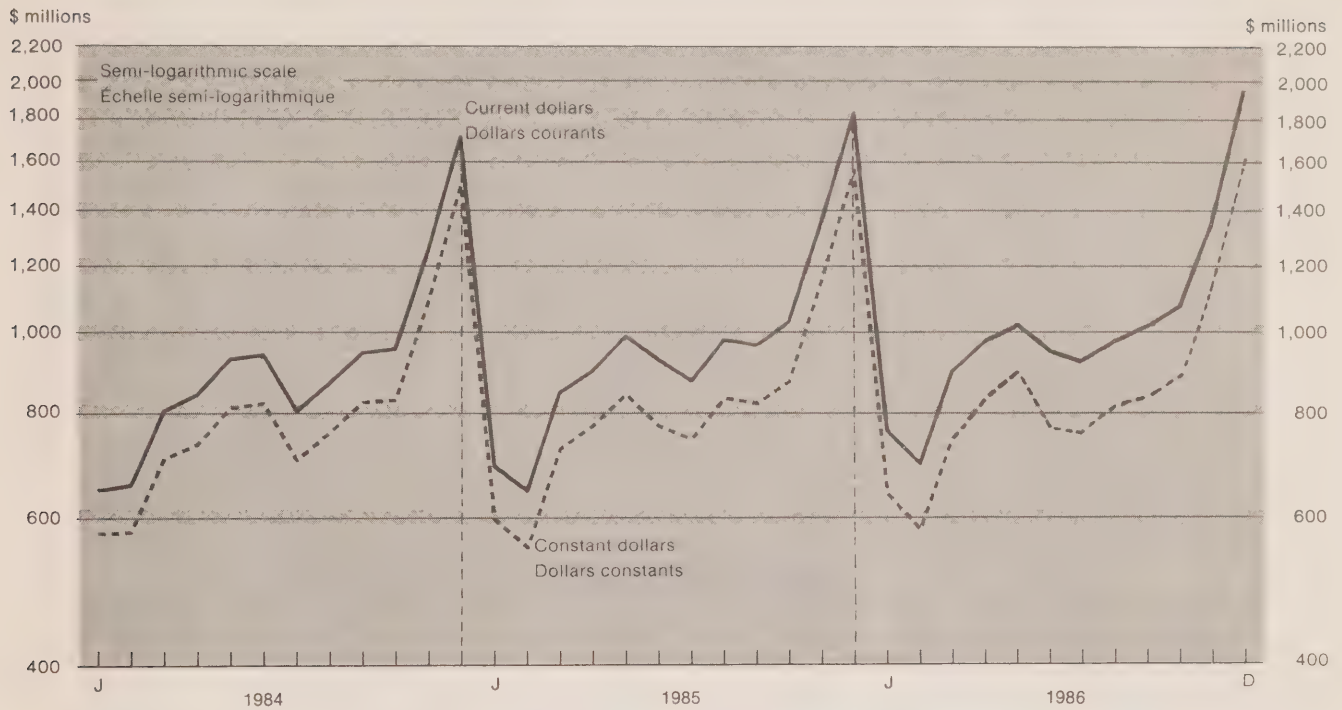
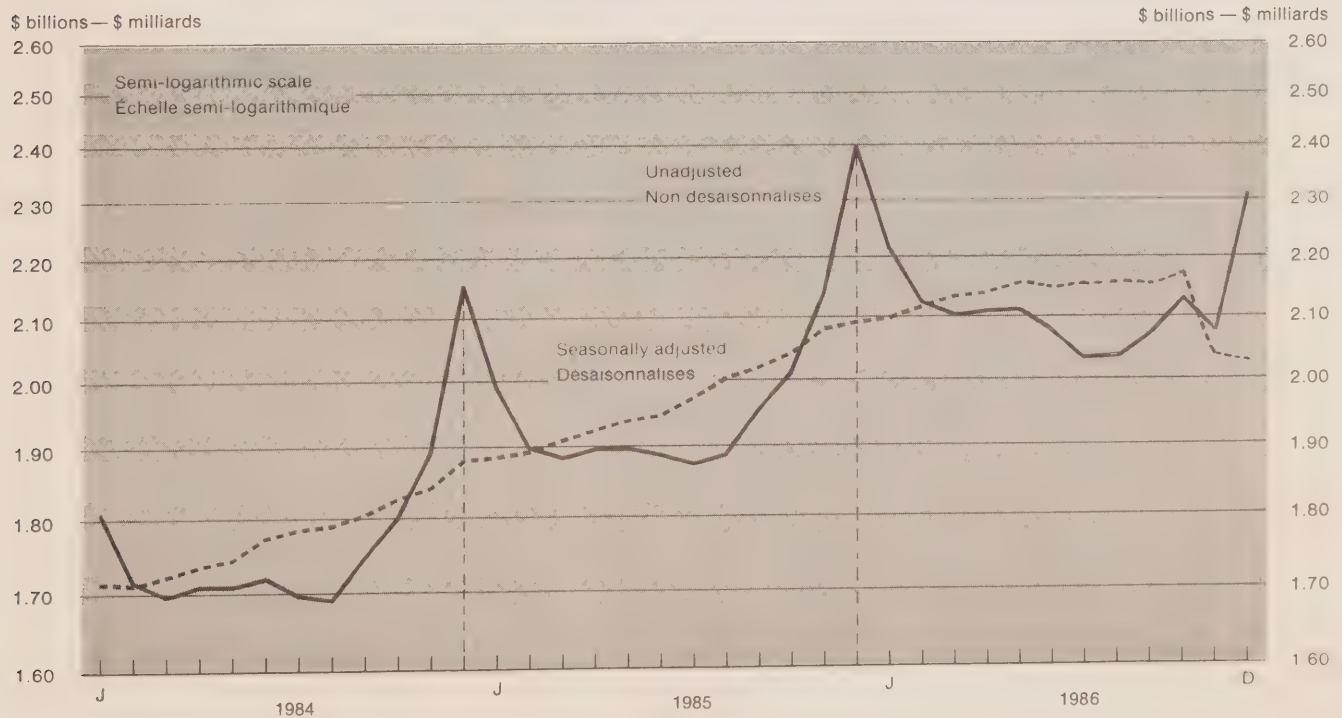


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1984-1986

Graphique — 5

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986



STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted(1), by Department, Canada, 1985 and 1986

Unadjusted - Non désaisonnalisées						
Department					Change	
	1985		1986		Variation	
	November	December	November	December	December	
	Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	1986/1985	
No.					December	
					1986/1985	
	thousands of dollars				per cent	
	milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	21,840	25,530	19,103	25,228	-1.2
2	Women's and misses' coats and suits	33,955	22,958	35,010	26,161	+14.0
3	Women's and misses' sportswear	71,390	89,393	73,044	97,557	+9.1
4	Furs	9,384	10,871	8,978	8,865	-18.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	31,952	39,902	33,114	44,843	+12.4
6	Girls' and teenage girls' wear	24,934	27,148	23,082	29,127	+7.3
7	Lingerie and women's sleepwear	28,987	49,619	28,647	50,890	+2.6
8	Intimate apparel	11,885	15,644	12,262	18,585	+18.8
9	Millinery	3,691	4,360	4,046	3,623	-16.9
10	Women's and girls' hosiery	13,679	18,167	15,067	21,271	+17.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	33,100	45,509	34,830	47,406	+4.2
12	Women's, misses' and children's footwear	40,716	31,951	42,648	37,191	+16.4
13	Men's clothing	67,378	85,848	69,621	89,111	+3.8
14	Men's furnishings	80,034	132,183	85,936	143,584	+8.6
15	Boys' clothing and furnishings	19,507	26,813	20,944	29,814	+11.2
16	Men's and boys' footwear	25,635	26,800	26,083	27,007	+0.8
17	Food and kindred products	77,651	87,869	73,968	93,828	+6.8
18	Toiletries, cosmetics and drugs	75,711	139,271	76,793	156,063	+12.1
19	Photographic equipment and supplies	14,512	28,063	12,567	26,519	-5.5
20	Piece goods	4,490	2,870	4,284	3,676	+28.1
21	Linens and domestics	39,110	53,177	41,796	59,477	+11.8
22	Smallwares and notions	10,348	12,742	9,661	11,454	-10.1
23	China and glassware	20,475	38,799	18,794	38,570	-0.6
24	Floor coverings	20,572	14,310	21,279	14,482	+1.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings	17,698	17,953	17,425	18,855	+5.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	12,515	18,876	11,739	18,648	-1.2
27	Furniture	54,712	49,221	58,076	51,750	+5.1
28	Major appliances	60,062	63,042	59,065	62,677	-0.6
29	Television, radio and music	55,981	87,929	55,992	91,915	+4.5
30	Housewares and small electrical appliances	51,027	84,726	47,021	90,793	+7.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	38,794	50,654	40,013	49,632	-2.0
32	Plumbing, heating and building materials	11,273	12,426	11,525	13,622	+9.6
33	Jewellery	36,564	78,333	35,864	85,471	+9.1
34	Toys and games	63,568	92,243	59,773	99,248	+7.6
35	Sporting goods and luggage	29,201	49,579	27,886	51,979	+4.8
36	Stationery, books and magazines	44,438	72,478	40,520	79,461	+9.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	25,163	21,235	19,982	16,584	-21.9
38	Meals and lunches	26,299	33,284	23,791	29,976	-9.9
39	Repairs and services	16,555	15,176	18,682	17,895	+17.9
40	All other departments	34,651	56,966	37,506	62,458	+9.6
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,359,437	1,833,918	1,356,417	1,945,296	+6.1

(1) Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées(1), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisées

1986				Change Variation	Rayon	
September ^T	October ^T	November ^T	December ^P	December/ November 1986		
Septembre ^T	Octobre ^T	Novembre ^T	Décembre ^P	Décembre/ Novembre 1986		
thousands of dollars				per cent		N ^o
milliers de dollars				pourcentage		
18,160	17,932	18,043	17,772	-1.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
19,028	19,441	19,744	19,221	-2.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
68,487	71,053	67,289	68,917	+2.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,786	4,025	3,799	3,331	-12.3	Fourrures	4
27,496	26,946	28,689	29,122	+1.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,430	18,416	18,515	19,683	+6.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
20,826	20,439	20,674	20,634	-0.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
12,424	12,671	12,593	13,244	+5.2	Sous-vêtements	8
1,370	1,473	1,897	1,485	-21.7	Chapeaux	9
12,118	12,608	12,726	12,891	+1.3	Bas pour dames et fillettes	10
19,110	19,637	20,319	19,316	-4.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,110	29,247	31,068	29,763	-4.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
45,435	47,613	45,968	45,387	-1.3	Vêtements pour hommes	13
59,409	61,622	60,911	59,281	-2.7	Articles d'habillement pour hommes	14
16,462	16,484	16,861	16,665	-1.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
18,607	19,035	19,054	17,676	-7.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
63,844	62,788	62,602	66,046	+5.5	Produits alimentaires et connexes	17
65,981	65,807	65,442	68,554	+4.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
11,192	11,326	10,900	11,395	+4.5	Appareils et fournitures photographiques	19
3,631	3,609	3,570	3,732	+4.5	Tissus à la pièce	20
32,717	35,393	36,255	36,506	+0.7	Literie et linge de maison	21
7,688	7,671	7,802	7,662	-1.8	Menus articles	22
13,845	13,837	13,392	13,785	+2.9	Porcelaine et verrerie	23
13,899	14,280	16,020	14,758	-7.9	Revêtements de plancher	24
15,563	15,771	15,502	15,851	+2.3	Tentures, rideaux et housses	25
8,347	8,684	8,309	8,345	+0.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
52,433	54,412	54,753	53,527	-2.2	Meubles	27
48,279	51,494	52,331	51,483	-1.6	Gros appareils ménagers	28
42,525	41,772	43,557	43,816	+0.6	Téléviseurs, radios et musique	29
36,316	36,558	36,877	39,595	+7.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,589	32,565	35,196	34,651	-1.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,695	10,233	10,747	10,801	+0.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
27,991	28,526	27,456	28,460	+3.7	Bijouterie	33
28,161	27,755	28,479	29,264	+2.8	Jouets et jeux	34
24,956	26,835	26,948	27,297	+1.3	Articles de sport et valises	35
29,620	33,886	31,276	33,400	+6.8	Papeterie, livres et revues	36
14,672	14,102	14,545	12,029	-17.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,286	20,282	20,732	20,065	-3.2	Repas et casse-croûtes	38
13,791	13,874	14,472	14,274	-1.4	Services et travaux de réparation	39
33,725	35,452	36,852	36,558	-0.8	Tous autres rayons	40
1,041,420	1,065,013	1,076,796	1,077,077	--	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
thousands of dollars - milliers de dollars						
Major department stores						
1985 November	863,911	x	x	17,170	x	149,089
December	1,123,687	x	x	20,974	x	184,733
January-December ^T	7,474,071	x	x	134,212	x	1,288,754
1986 November	845,585	x	x	17,052	x	144,264
December	1,162,531	x	x	22,873	x	196,393
January-December	7,761,307	x	x	139,304	x	1,337,342
Percentage change						
December 1986/1985	+3.5	x	x	+9.1	x	+6.3
January-December 1986/1985	+3.8	x	x	+3.8	x	+3.8
Junior department stores						
1985 November	495,526	x	x	30,577	x	97,107
December	710,230	x	x	42,317	x	146,269
January-December ^T	4,564,513	x	x	255,605	x	984,530
1986 November	510,832	x	x	32,194	x	100,442
December	782,765	x	x	49,212	x	159,604
January-December	4,906,389	x	x	274,059	x	1,054,587
Percentage change						
December 1986/1985	+10.2	x	x	+16.3	x	+9.1
January-December 1986/1985	+7.5	x	x	+7.2	x	+7.1
Total, all department stores						
1985 November	1,359,437	17,763	6,883	47,747	31,639	246,196
December	1,833,918	24,101	9,398	63,291	41,353	331,003
January-December ^T	12,038,585	148,250	69,218	389,817	260,975	2,273,283
1986 November	1,356,417	17,544	7,004	49,246	31,234	244,706
December	1,945,296	26,061	11,469	72,085	44,972	355,997
January-December	12,667,693	153,579	71,213	413,362	269,853	2,391,928
Percentage change						
December 1986/1985	+6.1	+8.1	+22.0	+13.9	+8.8	+7.6
January-December 1986/1985	+5.2	+3.6	+2.9	+6.0	+3.4	+5.2

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
330,539	44,075	x	129,972	150,019	1985 Novembre
426,447	57,022	x	173,191	207,433	Décembre
2,685,271	394,681	x	1,182,462	1,427,115	Janvier-décembre ^r
330,741	42,907	x	120,967	147,154	1986 Novembre
453,750	56,284	x	166,711	211,328	Décembre
2,874,965	392,703	x	1,184,294	1,474,046	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+6.4	-1.3	x	-3.7	+1.9	Décembre 1986/1985
+7.1	-0.5	x	+0.2	+3.3	Janvier-décembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
202,080	22,470	x	43,101	43,487	1985 Novembre
286,645	32,357	x	61,027	64,280	Décembre
1,783,493	218,959	x	415,259	408,883	Janvier-décembre ^r
209,381	23,413	x	43,917	44,943	1986 Novembre
317,492	35,155	x	64,340	70,366	Décembre
1,935,166	229,692	x	436,150	453,013	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+10.8	+8.6	x	+5.4	+9.5	Décembre 1986/1985
+8.5	+4.9	x	+5.0	+10.8	Janvier-décembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
532,619	66,545	43,466	173,073	193,506	1985 Novembre
713,092	89,379	56,369	234,218	271,713	Décembre
4,468,764	613,641	380,917	1,597,721	1,835,998	Janvier-décembre ^r
540,122	66,320	43,260	164,884	192,097	1986 Novembre
771,242	91,439	59,285	231,051	281,695	Décembre
4,810,128	622,396	387,727	1,620,446	1,927,060	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+8.2	+2.3	+5.2	-1.4	+3.7	Décembre 1986/1985
+7.6	+1.4	+1.8	+1.4	+5.0	Janvier-décembre 1986/1985

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
thousands of dollars - milliers de dollars					
Major department stores					
1985 November	52,838	59,749	x	28,026	104,072
December	71,199	78,666	x	40,840	129,390
January-December ^F	475,262	539,745	x	240,620	885,679
1986 November	49,129	55,265	x	26,999	101,348
December	67,360	76,177	x	42,593	140,787
January-December	474,265	544,570	x	250,622	931,623
Percentage change					
December 1986/1985	-5.4	-3.2	x	+4.3	+8.8
January-December 1986/1985	-0.2	+0.9	x	+4.2	+5.2
Junior department stores					
1985 November	14,014	17,867	x	10,539	43,221
December	19,169	25,522	x	16,131	70,134
January-December ^F	140,184	175,286	x	91,350	461,855
1986 November	14,034	16,524	x	10,991	47,190
December	20,054	25,363	x	16,951	74,270
January-December	144,844	178,465	x	96,759	487,098
Percentage change					
December 1986/1985	+4.6	-0.6	x	+5.1	+5.9
January-December 1986/1985	+3.3	+1.8	x	+5.9	+5.5
Total, all department stores					
1985 November	66,852	77,616	28,243	38,565	147,293
December	90,368	104,187	34,926	56,971	199,524
January-December ^F	615,444	715,029	221,466	331,972	1,347,536
1986 November	63,163	71,789	29,341	37,990	148,540
December	87,414	101,540	40,266	59,543	215,057
January-December	619,107	723,033	235,937	347,382	1,418,724
Percentage change					
December 1986/1985	-3.3	-2.5	+15.3	+4.5	+7.8
January-December 1986/1985	+0.6	+1.1	+6.5	+4.6	+5.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
thousands of dollars - milliers de dollars					
Grands magasins traditionnels					
39,195	x	162,773	100,456	x	1985 Novembre
48,845	x	209,973	138,020	x	Décembre
327,504	x	1,310,044	941,168	x	Janvier-décembre ^r
37,815	x	163,480	97,591	x	1986 Novembre
49,233	x	225,865	141,565	x	Décembre
331,803	x	1,430,357	993,734	x	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+0.8	x	+7.6	+2.6	x	Décembre 1986/1985
+1.3	x	+9.2	+5.6	x	Janvier-décembre 1986/1985
Grands magasins populaires					
22,857	x	56,403	15,660	x	1985 Novembre
31,774	x	80,672	22,906	x	Décembre
205,720	x	496,053	150,393	x	Janvier-décembre ^r
24,409	x	57,467	15,870	x	1986 Novembre
36,238	x	87,822	24,678	x	Décembre
227,045	x	540,538	162,236	x	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+14.0	x	+8.9	+7.7	x	Décembre 1986/1985
+10.4	x	+9.0	+7.9	x	Janvier-décembre 1986/1985
Ensemble des grands magasins					
62,052	33,229	219,175	116,116	60,143	1985 Novembre
80,619	41,609	290,645	160,927	80,027	Décembre
533,221	311,435	1,806,098	1,091,560	553,764	Janvier-décembre ^r
62,224	35,063	220,947	113,461	59,610	1986 Novembre
85,471	46,404	313,687	166,243	81,334	Décembre
558,845	329,484	1,970,895	1,155,970	559,178	Janvier-décembre
Variation procentuelle					
+6.0	+11.5	+7.9	+3.3	+1.6	Décembre 1986/1985
+4.8	+5.8	+9.1	+5.9	+1.0	Janvier-décembre 1986/1985

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1985 and 1986

Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
	number - nombre					
Major department stores						
1985 November	317	6	1	7	4	54
December	317	6	1	7	4	54
1986 November	310	5	1	7	5	50
December	310	5	1	7	5	50
Junior department stores						
1985 November	482	8	4	27	22	109
December	482	8	4	27	22	109
1986 November	478	8	4	28	22	105
December	478	8	4	28	22	105
Total, all department stores						
1985 November	799	14	5	34	26	163
December	799	14	5	34	26	163
1986 November	788	13	5	35	27	155
December	788	13	5	35	27	155

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1985 and 1986

Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal
	number - nombre				
Major department stores					
1985 November	14	19	6	14	30
December	14	19	6	14	30
1986 November	14	19	6	13	30
December	14	19	6	13	30
Junior department stores					
1985 November	12	15	9	11	45
December	12	15	9	11	45
1986 November	12	15	10	10	43
December	12	15	10	10	43
Total, all department stores					
1985 November	26	34	15	25	75
December	26	34	15	25	75
1986 November	26	34	16	23	73
December	26	34	16	23	73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1985 et 1986

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
116	17	15	45	52	1985 Novembre
116	17	15	45	52	Décembre
116	16	13	45	52	1986 Novembre
116	16	13	45	52	Décembre
Grands magasins populaires					
189	21	17	36	49	1985 Novembre
189	21	17	36	49	Décembre
189	21	17	36	48	1986 Novembre
189	21	17	36	48	Décembre
Ensemble des grands magasins					
305	38	32	81	101	1985 Novembre
305	38	32	81	101	Décembre
305	37	30	81	100	1986 Novembre
305	37	30	81	100	Décembre

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1985 et 1986

Ottawa- Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin
number - nombre					
Grands magasins traditionnels					
12	8	46	27	13	1985 Novembre
12	8	46	27	13	Décembre
12	8	46	27	12	1986 Novembre
12	8	46	27	12	Décembre
Grands magasins populaires					
20	14	49	15	17	1985 Novembre
20	14	49	15	17	Décembre
21	14	48	14	17	1986 Novembre
21	14	48	14	17	Décembre
Ensemble des grands magasins					
32	22	95	42	30	1985 Novembre
32	22	95	42	30	Décembre
33	22	94	41	29	1986 Novembre
33	22	94	41	29	Décembre

TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1984-1986

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1984-1986

Period Période	Department stores Grands magasins		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales	Market share	Sales	Market share	Sales	Market share
	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché	Ventes	Part de marché
	'000	%	'000	%	'000	%
1984:						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
1985:						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	906,925	100.0	549,344	60.6	357,581	39.4
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	907,335	100.0	550,221	60.6	357,114	39.4
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,031,653	100.0	645,007	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,359,437	100.0	863,911	63.5	495,526	36.5
December - Décembre	1,833,918	100.0	1,123,687	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,038,585	100.0	7,474,071	62.1	4,564,513	37.0
1986:						
January - Janvier	762,070	100.0	488,165	64.1	273,906	35.9
February - Février	696,129	100.0	436,344	62.7	259,785	37.3
March - Mars	900,408	100.0	553,848	61.5	346,560	38.5
April - Avril	976,855	100.0	591,817	60.6	385,039	39.4
May - Mai	1,083,540	100.0	650,302	60.0	433,239	40.0
June - Juin	939,053	100.0	564,953	60.2	374,101	39.8
July - Juillet	927,639	100.0	563,679	60.8	363,960	39.2
August - Août	975,532	100.0	581,028	59.6	394,503	40.4
September - Septembre	1,020,701	100.0	656,303	64.3	364,398	35.7
October - Octobre	1,084,053	100.0	666,752	61.5	417,301	38.5
November - Novembre	1,356,417	100.0	845,585	62.3	510,832	37.7
December - Décembre	1,945,296	100.0	1,162,531	59.8	782,765	40.2
Year - Année	12,667,693	100.0	7,761,307	61.3	4,906,389	38.7

TABLE 7. Market Share of Total Retail Trade Held by Department Stores, by Province and Selected Metropolitan Area, 1984-1986
December

TABLER 7. Parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail, par province et certaines régions métropolitaines, 1984-1986
Décembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1986/1985
	1984	1985	1986	Variation 1986/1985
Province et certaines régions métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	10.7	10.5	9.9	-5.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	20.4	17.5	19.0	+8.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.0	13.6	14.4	+5.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	13.7	12.6	12.4	-1.6
Québec	11.1	10.7	10.5	-1.9
Ontario	14.3	13.8	13.5	-2.2
Manitoba	18.0	16.5	16.2	-1.8
Saskatchewan	12.3	12.1	11.9	-1.7
Alberta	17.6	16.5	16.0	-3.0
British Columbia - Colombie-Britannique	19.0	18.3	17.7	-3.3
CANADA	14.4	13.8	13.5	-2.2
Montréal	13.7	13.2	13.3	+0.8
Toronto	15.3	14.6	14.0	-4.1
Winnipeg	23.7	21.5	21.4	-0.5
Vancouver	21.6	20.8	19.9	-4.3

TABLE 8. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1985 and 1986

January-December

TABLEAU 8. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Janvier-décembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1986/1985
		1985	1986	Variation 1986/1985
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	215,316	214,207	-0.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	212,247	224,300	+5.7
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	724,601	826,937	+14.1
4	Furs - Fourrures	46,349	47,048	+1.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	307,313	333,610	+8.6
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	216,480	223,846	+3.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	240,213	247,909	+3.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	138,943	149,951	+7.9
9	Millinery - Chapeaux	21,842	18,640	-14.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	131,250	145,186	+10.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	217,716	229,498	+5.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	317,421	357,060	+12.5
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	506,405	542,223	+7.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	627,647	702,433	+11.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	175,916	196,383	+11.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	209,754	222,485	+6.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	740,050	759,276	+2.6
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	720,647	780,679	+8.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	148,743	139,816	-6.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	42,864	43,360	+1.2
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	381,242	414,096	+8.6
22	Smallwares and notions - Menus articles	105,301	94,219	-10.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	162,493	169,333	+4.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	161,954	179,301	+10.7
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	177,880	189,348	+6.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	100,374	104,058	+3.7
27	Furniture - Meubles	581,134	635,843	+9.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	575,819	599,100	+4.0
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	514,955	521,398	+1.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	444,415	446,879	+0.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	395,524	394,081	-0.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	115,448	124,101	+7.5
33	Jewellery - Bijouterie	301,215	337,266	+12.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	350,643	345,728	-1.4
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	323,216	318,595	-1.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	376,673	389,612	+3.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	185,618	169,038	-8.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	267,132	248,315	-7.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	144,874	164,666	+13.7
40	All other departments - Tous autres rayons	410,958	417,869	+1.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	12,038,585	12,667,693	+5.2

TABLE 9. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1984-1986

TABLEAU 9. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1984-1986

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year change	Constant 1981 dollars unadjusted(1)(2)	Year/year change
Période	Indice des prix	Dollars courants non désaisonnalisés	Variation pour l'année	Dollars constants 1981 non désaisonnalisés(1)(2)	Variation pour l'année
		'000	%	'000	%
1984:					
January - Janvier	112.8	649,626	+4.3	575,865	+0.6
February - Février	113.8	659,594	+9.2	579,614	+5.6
March - Mars	114.1	806,999	+2.5	707,105	-0.6
April - Avril	114.7	843,022	+8.7	735,229	+5.4
May - Mai	114.5	930,389	+10.5	812,504	+7.6
June - Juin	114.4	941,728	+2.3	823,439	-0.2
July - Juillet	114.5	806,592	-0.9	704,654	-3.2
August - Août	114.7	872,423	+2.5	760,768	+0.3
September - Septembre	114.7	947,365	+2.7	825,769	+0.5
October - Octobre	115.3	957,060	+3.8	830,267	+1.4
November - Novembre	115.2	1,254,292	+10.1	1,089,073	+7.4
December - Décembre	114.3	1,715,781	-0.9	1,500,970	-3.2
Year - Année	114.5	11,384,871	+4.2	9,945,256	+1.5
1985:					
January - Janvier	115.8	692,108	+6.5	597,605	+3.8
February - Février	116.9	647,065	-1.9	553,516	-4.5
March - Mars	116.9	849,077	+5.2	726,358	+2.7
April - Avril	117.1	906,925	+7.6	774,346	+5.3
May - Mai	117.5	990,625	+6.5	842,943	+3.7
June - Juin	117.5	907,335	-3.7	772,140	-6.2
July - Juillet	117.5	875,654	+8.6	745,493	+5.8
August - Août	117.5	979,945	+12.3	833,647	+9.6
September - Septembre	117.5	964,843	+1.8	821,300	-0.5
October - Octobre	117.9	1,031,653	+7.8	875,312	+5.4
November - Novembre	117.6	1,359,437	+8.4	1,155,642	+6.1
December - Décembre	117.1	1,833,918	+6.9	1,566,539	+4.4
Year - Année	117.3	12,038,585	+5.7	10,264,840	+3.2
1986:					
January - Janvier	118.9	762,070	+10.1	641,173	+7.3
February - Février	119.8	696,129	+7.6	580,895	+4.9
March - Mars	120.3	900,408	+6.0	748,567	+3.1
April - Avril	120.3	976,855	+7.7	811,777	+4.8
May - Mai	121.1	1,083,540	+9.4	895,027	+6.2
June - Juin	121.0	939,053	+3.5	775,976	+0.5
July - Juillet	121.2	927,639	+5.9	765,258	+2.7
August - Août	121.5	975,532	-0.5	803,008	-3.7
September - Septembre	121.5	1,020,701	+5.8	839,758	+2.2
October - Octobre	121.9	1,084,053	+5.1	889,000	+1.6
November - Novembre	122.0	1,356,417	-0.2	1,112,200	-3.8
December - Décembre	121.5	1,945,296	+6.1	1,601,100	+2.2
Year - Année	120.9	12,667,693	+5.2	10,463,739	+1.9

(1) To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated by the Income and Expenditure Accounts Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars.

(1) Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des comptes des revenus et des dépenses de Statistique Canada au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants.

(2) The 1971-based constant dollar series was terminated with the February 1986 report. Constant dollar estimates are available on the 1981 = 100 basis, prior to January 1984 on request.

(2) La série en dollars constants de 1971 a été terminée avec la parution des données de février 1986. Les estimations brutes en dollars constants, sur la base en 1981 = 100, antérieures à janvier 1984 sont disponibles sur demande.

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted(2), by Department, Canada, 1985 and 1986

Department		Unadjusted - Non désaisonnalisés				Change - Variation	
		1985		1986			
		November	December	November	December	December/November 1986	December 1986/1985
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	Décembre/Novembre 1986	Décembre 1986/1985
No.		thousands of dollars				per cent	
		milliers de dollars				pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	72,811	59,616	74,411	68,506	-7.9	+14.9
2	Women's and misses' coats and suits	92,485	71,025	104,898	88,397	-15.7	+24.5
3	Women's and misses' sportswear	223,853	174,064	273,410	247,878	-9.3	+42.4
4	Furs	46,101	30,895	46,470	45,380	-2.3	+46.9
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	103,313	97,753	122,244	116,384	-4.8	+19.1
6	Girls' and teenage girls' wear	62,497	43,215	69,184	50,619	-26.8	+17.1
7	Lingerie and women's sleepwear	91,050	53,362	92,997	65,873	-29.2	+23.4
8	Intimate apparel	54,968	50,701	60,496	63,137	+4.4	+24.5
9	Millinery	5,954	6,326	6,468	4,886	-24.5	-22.8
10	Women's and girls' hosiery	47,865	41,199	52,729	51,540	-2.3	+25.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	106,837	70,711	107,055	85,577	-20.1	+21.0
12	Women's, misses' and children's footwear	111,157	112,321	147,808	144,129	-2.5	+28.3
13	Men's clothing	224,510	181,695	280,307	234,955	-16.2	+29.3
14	Men's furnishings	238,172	159,734	283,496	219,156	-22.7	+37.2
15	Boys' clothing and furnishings	59,209	47,694	63,131	51,327	-18.7	+7.6
16	Men's and boys' footwear	90,411	74,833	101,076	96,583	-4.4	+29.1
17	Food and kindred products(3)	49,314	28,605	56,900	41,247	-27.5	+44.2
18	Toiletries, cosmetics and drugs	389,295	270,021	416,404	346,193	-16.9	+28.2
19	Photographic equipment and supplies	58,695	44,331	59,192	49,269	-16.8	+11.1
20	Piece goods	20,425	15,124	20,377	20,928	+2.7	+38.4
21	Linens and domestics	164,498	168,711	189,306	188,356	-0.5	+11.6
22	Smallwares and notions	46,738	53,583	46,214	54,673	+18.3	+2.0
23	China and glassware	106,838	109,654	126,465	138,279	+9.3	+26.1
24	Floor coverings	57,213	73,604	71,155	74,795	+5.1	+1.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,702	71,273	76,459	80,603	+5.4	+13.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	73,611	53,262	72,293	59,736	-17.4	+12.2
27	Furniture	148,687	185,971	157,547	189,150	+20.1	+1.7
28	Major appliances	74,558	71,931	81,641	97,593	+19.5	+35.7
29	Television, radio and music	167,867	148,102	189,863	194,417	+2.4	+31.3
30	Housewares and small electrical appliances	222,166	150,646	226,305	182,178	-19.5	+20.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	176,397	159,721	157,163	151,615	-3.5	-5.1
32	Plumbing, heating and building materials	29,780	39,283	34,032	46,769	+37.4	+19.1
33	Jewellery	180,327	135,483	198,157	159,564	-19.5	+17.8
34	Toys and games	194,629	98,498	192,175	122,668	-36.2	+24.5
35	Sporting goods and luggage	153,511	129,595	167,037	153,569	-8.1	+18.5
36	Stationery, books and magazines	187,162	128,118	189,784	159,547	-15.9	+24.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,992	74,819	57,092	71,240	+24.8	-4.8
38	Meals and lunches(3)	378	340	519	432	-16.8	+27.1
39	Repairs and services	2,364	2,649	4,043	4,153	+2.7	+56.8
40	All other departments	71,408	45,246	72,439	61,045	-15.7	+34.9
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4,330,748	3,533,714	4,748,742	4,282,346	-9.8	+21.2

(1) At selling value.

(2) Total department store stocks are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

(3) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 10. Stocks(1) mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés(2), par rayon, Canada, 1985 et 1986

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés							
1986				Change - Variation			
September ^r	October ^r	November ^r	December ^p	December/November 1986	Rayon		
Septembre ^r	Octobre ^r	Novembre ^r	Décembre ^p	Décembre/Novembre 1986			
thousands of dollars				per cent		No	
milliers de dollars				pourcentage			
67,675	64,221	65,151	72,407	+11.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1	
89,384	90,643	92,623	101,353	+9.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
258,484	249,033	245,663	295,810	+20.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
35,706	38,021	38,007	42,842	+12.7	Fourrures	4	
113,019	109,748	114,898	118,220	+2.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
72,935	71,512	65,677	71,495	+8.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
71,742	69,418	63,533	75,554	+18.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
56,982	56,222	53,758	60,426	+12.4	Sous-vêtements	8	
3,685	3,354	3,748	3,218	-14.1	Chapeaux	9	
51,422	50,513	47,931	53,440	+11.5	Bas pour dames et fillettes	10	
82,458	81,230	74,560	86,568	+16.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
152,197	152,161	150,888	158,306	+4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
240,744	230,100	233,180	245,635	+5.3	Vêtements pour hommes	13	
235,955	232,748	225,962	256,288	+13.4	Articles d'habillement pour hommes	14	
64,718	61,773	60,493	62,270	+2.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
95,990	95,460	95,343	107,711	+13.0	Chaussures pour hommes et garçons	16	
41,010	53,910	56,900	41,247	-27.5	Produits alimentaires et connexes(3)	17	
325,472	326,743	330,647	370,471	+12.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
52,172	50,472	52,361	55,877	+6.7	Appareils et fournitures photographiques	19	
19,631	19,469	18,796	20,015	+6.5	Tissus à la pièce	20	
168,248	174,487	176,060	177,578	+0.9	Literie et linge de maison	21	
48,229	47,971	47,733	49,756	+4.2	Menus articles	22	
107,826	107,463	110,956	119,038	+7.3	Porcelaine et verrerie	23	
80,025	75,466	75,639	68,859	-9.0	Revêtements de plancher	24	
78,201	75,071	75,888	78,456	+3.4	Tentures, rideaux et housses	25	
66,456	66,268	64,439	69,388	+7.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
174,948	163,876	169,398	166,823	-1.5	Meubles	27	
88,023	74,631	76,022	91,118	+19.9	Gros appareils ménagers	28	
176,873	183,163	167,533	194,043	+15.8	Téléviseurs, radios et musique	29	
191,183	196,260	193,775	203,418	+5.0	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
163,231	153,123	151,800	155,824	+2.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
34,753	34,219	33,137	35,431	+6.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
183,452	173,605	162,511	173,094	+6.5	Bijouterie	33	
183,884	171,615	150,674	178,565	+18.5	Jouets et jeux	34	
154,961	151,275	154,030	166,323	+8.0	Articles de sport et valises	35	
164,303	170,607	155,363	179,522	+15.6	Papeterie, livres et revues	36	
64,124	58,923	58,464	59,160	+1.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
599	557	519	432	-16.8	Repas et casse-croûtes(3)	38	
3,341	3,614	3,943	4,218	+7.0	Services et travaux de réparation	39	
65,613	64,657	62,644	71,428	+14.0	Tous autres rayons	40	
4,332,807	4,260,924	4,119,145	4,577,267	+11.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Valeur marchande.

(2) Le total des stocks des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

(3) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 11. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1985 and 1986

No.	Department	Stock-Sales/Stocks-ventes			
		1985		1986	
		November	December	November	December
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.33	2.34	3.90	2.72
2	Women's and misses' coats and suits	2.72	3.09	3.00	3.38
3	Women's and misses' sportswear	3.14	1.95	3.74	2.54
4	Furs	4.91	2.84	5.18	5.12
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.23	2.45	3.69	2.60
6	Girls' and teenage girls' wear	2.51	1.59	3.00	1.74
7	Lingerie and women's sleepwear	3.14	1.08	3.25	1.29
8	Intimate apparel	4.63	3.24	4.93	3.40
9	Millinery	1.61	1.45	1.60	1.35
10	Women's and girls' hosiery	3.50	2.27	3.50	2.42
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.23	1.55	3.07	1.81
12	Women's, misses' and children's footwear	2.73	3.52	3.47	3.88
13	Men's clothing	3.33	2.12	4.03	2.64
14	Men's furnishings	2.98	1.21	3.30	1.53
15	Boys' clothing and furnishings	3.04	1.78	3.01	1.72
16	Men's and boys' footwear	3.53	2.79	3.88	3.58
17	Food and kindred products	0.64	0.33	0.77	0.44
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.14	1.94	5.42	2.22
19	Photographic equipment and supplies	4.04	1.58	4.71	1.86
20	Piece goods	4.55	5.27	4.76	5.69
21	Linens and domestics	4.21	3.17	4.53	3.17
22	Smallwares and notions	4.52	4.21	4.78	4.77
23	China and glassware	5.22	2.83	6.73	3.59
24	Floor coverings	2.78	5.14	3.34	5.16
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3.94	3.97	4.39	4.27
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5.88	2.82	6.16	3.20
27	Furniture	2.72	3.78	2.71	3.66
28	Major appliances	1.24	1.14	1.38	1.56
29	Television, radio and music	3.00	1.68	3.39	2.12
30	Housewares and small electrical appliances	4.35	1.78	4.81	2.01
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.55	3.15	3.93	3.05
32	Plumbing, heating and building materials	2.64	3.16	2.95	3.43
33	Jewellery	4.93	1.73	5.53	1.87
34	Toys and games	3.06	1.07	3.22	1.24
35	Sporting goods and luggage	5.26	2.61	5.99	2.95
36	Stationery, books and magazines	4.21	1.77	4.68	2.01
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.15	3.52	2.86	4.30
38	Meals and lunches	0.01	0.01	0.02	0.01
39	Repairs and services	0.14	0.17	0.22	0.23
40	All other departments	2.06	0.79	1.93	0.98
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.14	1.90	3.46	2.19

TABLEAU 11. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1985 et 1986

Sales-Stock/Ventes-stocks					
1985		1986		Rayon	Nº
November	December	November	December		
Novembre	Décembre	Novembre	Décembre		
0.31	0.39	0.26	0.35	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.34	0.28	0.30	0.27	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.45	0.28	0.37	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.21	0.28	0.19	0.19	Fourrures	4
0.30	0.40	0.27	0.38	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.40	0.51	0.31	0.49	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.69	0.32	0.64	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.22	0.30	0.20	0.30	Sous-vêtements	8
0.67	0.71	0.74	0.64	Chapeaux	9
0.30	0.41	0.29	0.41	Bas pour dames et fillettes	10
0.32	0.51	0.33	0.49	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.34	0.29	0.27	0.25	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.30	0.42	0.25	0.35	Vêtements pour hommes	13
0.35	0.66	0.30	0.57	Articles d'habillement pour hommes	14
0.30	0.50	0.29	0.52	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.27	0.32	0.25	0.27	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.62	2.26	1.34	1.91	Produits alimentaires et connexes	17
0.20	0.42	0.19	0.41	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.24	0.54	0.21	0.49	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.16	0.20	0.18	Tissus à la pièce	20
0.25	0.32	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.21	0.25	0.20	0.23	Menus articles	22
0.21	0.36	0.16	0.29	Porcelaine et verrerie	23
0.36	0.22	0.29	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.25	0.23	0.24	Tentures, rideaux et housses	25
0.16	0.30	0.15	0.28	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.35	0.29	0.36	0.30	Meubles	27
0.81	0.86	0.75	0.70	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.56	0.29	0.48	Téléviseurs, radios et musique	29
0.25	0.45	0.22	0.44	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.21	0.30	0.24	0.32	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.39	0.36	0.34	0.33	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.21	0.50	0.18	0.48	Bijouterie	33
0.28	0.63	0.26	0.63	Jouets et jeux	34
0.18	0.35	0.16	0.32	Articles de sport et valises	35
0.26	0.46	0.21	0.45	Papeterie, livres et revues	36
0.43	0.33	0.33	0.26	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
81.42	92.66	44.22	63.04	Repas et casse-croûtes	38
6.69	6.06	4.88	4.37	Services et travaux de réparation	39
0.46	0.98	0.49	0.94	Tous autres rayons	40
0.32	0.47	0.28	0.43	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1984-1986

TABLEAU 12. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1984-1986

Month	1984	1985	1986	Change from previous month	Change 1986/1985
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1986/1985
thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage		
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier	1,808,015	1,989,953	2,215,690	-7.5	+11.3
February - Février	1,714,843	1,898,512	2,123,008	-4.2	+11.8
March - Mars	1,695,173	1,880,825	2,102,172	-1.0	+11.8
April - Avril	1,709,386	1,897,041	2,107,916	+0.3	+11.1
May - Mai	1,708,247	1,897,723	2,107,740	--	+11.1
June - Juin	1,719,376	1,887,639	2,079,147	-1.4	+10.1
July - Juillet	1,695,008	1,874,327	2,036,258	-2.1	+8.6
August - Août	1,689,630	1,888,520	2,037,768	+0.1	+7.9
September - Septembre	1,746,901	1,952,986	2,078,784	+2.0	+6.4
October - Octobre	1,799,732	2,010,107	2,131,900	+2.6	+6.1
November - Novembre	1,892,038	2,138,267	2,082,656	-2.3	-2.6
December - Décembre	2,152,727	2,396,596	2,314,532P	+11.1P	-3.4P
millions of dollars - millions de dollars					

Seasonally Adjusted - Désaisonnalisés

January - Janvier	1,713.0	1,885.0	2,098.0	+0.3	+11.3
February - Février	1,710.0	1,892.0	2,115.0	+0.8	+11.8
March - Mars	1,722.0	1,909.0	2,131.0	+0.8	+11.6
April - Avril	1,735.0	1,924.0	2,135.0	+0.2	+11.0
May - Mai	1,744.0	1,938.0	2,149.0	+0.7	+10.9
June - Juin	1,773.0	1,946.0	2,145.0	-0.2	+10.2
July - Juillet	1,784.0	1,972.0	2,147.0	+0.1	+8.9
August - Août	1,789.0	2,002.0	2,152.0	+0.2	+7.5
September - Septembre	1,804.0	2,019.0	2,142.0 ^r	-0.5 ^r	+6.1 ^r
October - Octobre	1,826.0	2,041.0	2,157.0 ^r	+0.7 ^r	+5.7 ^r
November - Novembre	1,841.0	2,080.0	2,036.0 ^r	-5.6 ^r	-2.1 ^r
December - Décembre	1,880.0	2,091.0	2,030.0 ^P	-0.3 ^P	-2.9 ^P

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Retail Trade Section, Industry Division.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil.
- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil.
- 63-005 Retail Trade. M. Bil.
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil.
- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil.
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil.
- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil.
- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil.
- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil.
- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil.
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil.

Operating Results Series, Retail Trade, O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, Other Countries \$11.50.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil.
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil.
- 63-005 Commerce de détail. M. Bil.
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil.
- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil.
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil.
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil.
- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil.
- 63-219 Librairies de campus. A. Bil.
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil.
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil.

Série des résultats d'exploitation, Commerce de détail, H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, Autres pays \$11.50.



JUL 19 1989

